

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA APLIKOVANÉ INFORMATIKY

Analýza informační gramotnosti z hlediska optimálního vyhledávání na
internetu

Analysis of Information Literacy in Terms of the Optimal Searching on
the Internet

Student: Matěj Papřok

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Alena Juráková, Ph.D.

Ostrava 2011

Zadání bakalářské práce

Student: **Matěj Papřok**

Studijní program: B6209 Systémové inženýrství a informatika

Studijní obor: 6209R001 Aplikovaná informatika

Téma: Analýza informační gramotnosti z hlediska optimálního vyhledávání na internetu

Analysis of Information Literacy in Terms of the Optimal Searching on the Internet

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Teoretická a metodologická východiska a základní pojmy
3. Analýza současného stavu formou dotazníkového šetření
4. Vyhodnocení dotazníků a návrh doporučení
5. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

HLAVENKA, J. *Mistrovství ve vyhledávání na internetu*. 2. vyd. Brno: Computer Press, 2004. 195 s. ISBN 80-7226-759-0.

KRKOŠKOVÁ, J. *Informační zdroje*. 1. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2003. 99 s. ISBN 80-7042-980-1.

LAU, J. *Information Literacy: International Perspectives*. 1. vyd. München: K-G-Saur, 2008. 160 s. ISBN 978-3-598-22037-1.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Alena Juráková, Ph.D.**

Datum zadání: 26. 11. 2010

Datum odevzdání: 11. 05. 2011

Ing. Petr Rozehnal, Ph.D.
vedoucí katedry

prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Mistopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracoval samostatně.

11.5.2011

.....

podpis

Poděkování

Rád bych poděkoval vedoucí mé bakalářské práce Ing. Aleně Jurákové, Ph.D. za pedagogické vedení, poskytnuté rady a inspiraci.

Obsah

1.	Úvod	1
2.	Teoretická a metodologická východiska a základní pojmy	2
2.1	Informační gramotnost	2
2.1.1	Historie	2
2.1.2	Informační gramotnost jako struktura	3
2.1.3	Informační gramotnost v praxi vzdělávacích institucí v ČR	4
2.2	Internetové vyhledávače	6
2.2.1	Historie vyhledávačů	6
2.2.2	Zdroje informací	7
2.2.3	Zdroje webových stránek	8
2.2.4	Katalog stránek	8
2.2.4.1	Jak fungují katalogové vyhledávače	9
2.2.5	Fulltext	9
2.2.5.1	Jak fungují fulltextové vyhledávače	9
2.2.5.2	Slídl (crawler)	10
2.2.5.3	Indexér (indexer)	10
2.2.5.4	Vyhledávač (search engine)	11
2.2.6	Vyhledávání	11
2.2.6.1	Jak správně zvolit klíčová slova	12
2.2.6.2	Rozšířené (pokročilé) vyhledávání	13
2.2.6.3	Logické operátory	13
2.2.6.4	Další tipy	14
3.	Analýza současného stavu formou dotazníkového šetření	16
3.1	Návštěvnost českého internetu	16
3.2	Návštěvnost vyhledávačů v ČR	16

3.3	Návštěvnost vyhledávačů ve světě	17
3.4	Současnost internetových vyhledávačů	17
3.5	Budoucnost internetových vyhledávačů	18
3.6	Dotazníkové šetření	19
3.6.1	Respondenti	19
3.6.2	Struktura dotazníku	19
3.6.3	Hypotézy	21
4.	Vyhodnocení dotazníků a návrh doporučení	23
4.1	Vyhodnocení dotazníků	23
4.2	Vyhodnocení hypotéz	36
4.3	Zajímavé souvislosti a závislosti	43
4.4	Návrh doporučení	45
5.	Závěr.....	47
	Seznam použité literatury.....	
	Seznam zkratk.....	
	Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce.....	
	Příloha č. 1 Dotazník.....	

1. Úvod

Vyhledávání informací na internetu, je jednou z důležitých součástí informační gramotnosti. Snahou moderního internetového uživatele by nemělo být informaci pouze najít, ale snažit se ji najít efektivně – rychle a přesně. Obzvláště v dnešní době, kdy internet nabízí až neuvěřitelné množství informací, které se den co den rozšiřují, se jedná o důležitou schopnost.

Cílem práce je pomocí dotazníku zjistit, jak lidé, v různých věkových skupinách zvládají a zda vůbec dokáží, vyhledávat efektivně informace na internetu pomocí internetových vyhledávačů. Hlavní důraz je kladen na mladší generaci ve věku 18-26 let a to především z řad studentů vysokých škol. Součástí práce je nejen srovnání odpovědí mezi jednotlivými věkovými skupinami, ale rovněž potvrzení nebo vyvrácení hypotéz, které byly před zahájením průzkumu stanoveny.

2. Teoretická a metodologická východiska a základní pojmy

2.1 Informační gramotnost

2.1.1 Historie

Pojem informační gramotnost použil jako vůbec první Paul Zurkowski v roce 1974. Za informačně gramotné považoval jedince „*připravené používat informační zdroje při práci, kteří se při řešení problémů naučili využívat širokou škálu technik a informačních nástrojů stejně jako primární zdroje*“. [4]

Během 70. let 20. století se objevilo ještě několik dalších definic, které vycházely ze skutečnosti, že informace jsou pro společnost nezbytné a je třeba mít stále více znalostí a dovedností k zacházení s nimi. V tomto období se navíc objevuje i termín počítačová gramotnost a její vymezení vůči gramotnosti informační. Obecně je počítačová gramotnost chápána jako pojem podřazený. [4]

Polovina 80. let 20. století byla ve vývoji pojmu informační gramotnost klíčovým obdobím. Vznikla totiž definice tohoto pojmu, na níž se navazovalo i v dalších letech. V roce 1986 William Demo rozvinul definici, kterou o rok dříve vyslovil Martin Tessmer: „*Informační gramotnost je schopnost efektivně vyhledávat a hodnotit informace vztahující se k určité potřebě*“ [4]

V současné době nelze jednoznačně určit, která z definic je nejpřesnější. Nejpoužívanější definicí současnosti je definice z roku 1989: „*Informačně gramotný člověk musí být schopen rozpoznat, kdy je pro něj informace potřebná a mít schopnost vyhledat, vyhodnotit a efektivně využívat potřebné informace*“. [3]

Informační gramotnost není tedy jen termínem bez definice. Ve skutečnosti bylo vynaloženo mnoho úsilí a inkoustu k definování samotné poučky, kterou však Edward Owusu-Ansah (2003) zavrhnul a doporučil dále vycházet jen s procvičováním a výuky (samotné) informační gramotnosti (jako takové.) [3]

2.1.2 Informační gramotnost jako struktura

Při definování informační gramotnost jako struktury se vychází z vymezení tzv. gramotnosti funkční, která byla definována v rámci výzkumů IALS/SIALS. Ta zahrnuje:

- Literární gramotnost
- Dokumentovou gramotnost
- Numerickou gramotnost

Důležitou součástí je také schopnost dorozumět se v cizím jazyce; tzv. gramotnost jazyková. Funkční gramotnost znázorněná jako rovnice, bude vypadat následovně: funkční gramotnost = literární gramotnost + dokumentová gramotnost + numerická gramotnost + jazyková gramotnost. [4]

Popis jednotlivých částí funkční gramotnosti:

- Literární gramotnost
 - čtení s pochopením, interpretace textů, psaní seminárních prací, odborných textů, odborné vyjadřování a styl apod.
- Dokumentová gramotnost
 - práce s formuláři, práce s informačními zdroji, citace apod.
- Numerická gramotnost
 - práce s grafy, tvorba tabulek, výpočty apod.
- Jazyková gramotnost:
 - schopnost použít cizí jazyk (zejména anglický) a stylistická stránka tvorby textů ve vlastním jazyce (jazyková kultura)

Práce s informacemi v informační společnosti je velkou měrou určována příslušnými technologiemi a jejich využitím. Schopnost používat informační a komunikační technologie, by se měla nazývat ICT gramotnost. V praxi se jedná zejména o práci s počítačem (včetně internetu), a proto byl zaveden pojem počítačová gramotnost. ICT gramotnost (počítačová gramotnost) je v podstatě základem pro rozvoj funkční gramotnosti, počítače (a internet) jsou a vždy zůstanou pouze nástrojem. Stává se také, že se pojmy informační gramotnost a ICT gramotnost (počítačová gramotnost) občas nesprávně zaměňují. [4]

Součástí ICT gramotnosti (počítačové gramotnosti) je navíc i tzv. internetová gramotnost, což je však poněkud zavádějící pojem. Nejedná se o schopnost vyhledat informace na internetu, ale o schopnost internet použít jako nástroj. Pojem internetová gramotnost je tedy považována za součást ICT gramotnosti (počítačové gramotnosti). [4]

Po tomto shrnutí bude rovnice vypadat následovně:

informační gramotnost = funkční gramotnost + ICT gramotnost [4]

2.1.3 Informační gramotnost v praxi vzdělávacích institucí v ČR

Informační gramotnost, resp. informační vzdělávání na vysokých školách je u nás neodmyslitelně spjata s odbornou komisí IVIG (Informační vzdělávání a informační gramotnost). Odborné semináře a konference zaměřené na informační vzdělávání jsou komisí IVIG pořádány každoročně při Asociaci knihoven vysokých škol České republiky. [7]

V roce 2008 byla vytvořena koncepce rozvoje informační gramotnosti na vysokých školách v České republice. Koncepce určuje jako priority komplexní pojetí práce s informacemi, spolupráci informačních specialistů s pedagogy a zpětný vliv informačního vzdělávání na využívání služeb knihoven. Práce komise se dále soustřeďuje na vzdělávací aktivity s využitím nových nástrojů a do budoucna se chce soustředit na přenos zkušeností z vysokoškolského prostředí do oblasti základního a středního školství. [7]

V roce 2010 byl uskutečněn průzkum (předtím byl realizován i v letech 2006, 2008), jehož cílem bylo zmapovat situaci v oblasti vzdělávacích aktivit vysokoškolských knihoven v České republice. Průzkumem bylo zjištěno, že většina vysokých škol stále nezařadila rozvoj informační gramotnosti svých studentů a zaměstnanců do dlouhodobých plánů. Z výsledku vyplynulo, že jen u 40 % ze zúčastněných vysokých škol (průzkumu se jich zúčastnilo celkem 15 a účastnila se i VŠB) je problematika informačního vzdělávání jejich součástí. [10]

Dalším projektem zabývajícím se informačním vzděláváním je portál pro informační gramotnost Infogram. Hlavním cílem projektu je vytvořit online nástroje, které slouží jako podpora rozvoje informačního vzdělávání na českých vysokých školách. Projekt reaguje na potřeby těch, kteří se informačním vzděláváním zabývají, tzn. knihovníků a pedagogů, ale i studentů, kteří z různých důvodů nemohou navštěvovat běžnou výuku a mají i ztížený přístup do knihoven a dalších informačních institucí (např. handicapovaní studenti). [8]

Co se týče středních a základních škol, i zde existuje organizace, zabývající se problematikou informačního vzdělávání. Jedná se o Klub školních knihoven při Svazu knihovníků a informačních pracovníků, který byl založen na podzim roku 2003. Jeho hlavním cílem je přispívat k řešení problematiky zvyšování informační gramotnosti na základních a středních školách. [4]

2.2 Internetové vyhledávače

2.2.1 Historie vyhledávačů

První vyhledávač byl vytvořen v roce 1990. Vytvořil jej student Alan Emtage z McGill Univerzity v Montrealu. Původní záměr byl nazvat vyhledávač Archive. Název byl však zkrácen a dostal finální podobu Archie. Nevyhledával však text jako takový, ale pouze soubory a složky. Pracoval totiž pouze s FTP servery, používanými na univerzitách. V roce 1991 byla vytvořena alternativa vyhledávače Archie nesoucí jméno Veronica, jež sloužila ke stejnému účelu, ale začala pracovat i s textovými soubory. [13]

Zlom nastal v červnu roku 1993, kdy Matthew Gray naprogramoval tzv. „robota“ s názvem World Wide Web Wanderer. Původně měl sloužit k měření růstu webu. Brzy byl však upraven tak, aby uměl zachytit URL adresy. Tento krok je možno považovat za začátek vývoje internetových vyhledávačů. [13]

Od tohoto roku bylo vytvořeno několik vyhledávačů. Mezi nejznámější patří **Yahoo!**, **Google a další**. Yahoo! byl založen v roce 1994. Jeho zakladateli byli David Filo a Jerry Yang. Yahoo! se vyznačuje tím, že již mnoho let nabízí externě své vyhledávací služby jiným poskytovatelům. [13]

Vznik firmy Google jako takové se váže k roku 1995, kdy Larry Page a Sergey Brin založili ve Stanfordu firmu Google. Provoz samotného vyhledávače byl zahájen v roce 1998. V současnosti je světovou jedničkou ve vyhledávání a nabízí velmi mnoho kvalitních, nejen vyhledávacích služeb. [13]

Nejstarší český vyhledávací server s názvem Seznam byl založen Ivem Lukačovičem na jaře roku 1996. Původní Seznam pracoval na bázi katalogu. Jinými slovy nabízel informace pomocí odkazů, které byly seřazeny podle jednotlivých kategorií. Dnes je Seznam českou vyhledávací jedničkou. [13]

2.2.2 Zdroje informací

Na internetu existuje celá řada zdrojů informací. Následující přehled ukazuje, o jaké zdroje jde především: [1]

A. Informace uložené trvale nebo dočasně na serverech internetu

1. Webové stránky

- a. statické – stránky neměnné („stále existující“),
- b. dynamické – stránky vytvářené na konkrétní dotaz konkrétního uživatele,
- c. veřejně přístupné – přístupné všem,
- d. veřejně nepřístupné – přístupné pro uživatele se speciálními přístupovými právy.

2. Data na FTP serverech

- Jedná se o data různých typů:

textové či binární soubory, které mohou obsahovat obrázky, zvuky, videa, programové aplikace atd.

3. Binární soubory uložené na webových serverech

- Jedná se o soubory popsané v bodě 2., ale přístup k nim je pouze přes webové stránky.

4. Zprávy elektronické pošty

- Jedná se o denně vznikající a zanikající „informační jednotky“, veřejně většinou nepřístupné.

5. Zprávy interaktivní komunikace (chatu)

- Další stovky miliónů denně vznikajících a obvykle i ihned zanikajících „informační jednotek“.

B. Informace uložené na počítačích uživatelů připojených k internetu

- Jedná se o informace nejrůznějšího druhu. Jsou to v podstatě data uložená na uživatelském (domácím, osobním, pracovním, pracovní stanici) počítači.
- Tyto informace lze na internet zpřístupnit speciálními programy, které je umožňují propojit nejen s jedním, ale i více uživateli.

Je třeba mít na paměti, že obvyklé vyhledávací nástroje zvládají vyhledávat dobře pouze v kategorii 1. a., tedy ve statických webových stránkách. [1]

2.2.3 Zdroje webových stránek

Informace, které lze na internetu vyhledávat, je možno vyhledat ve dvou podobách:

- Pomocí katalogu stránek (je využíván například českými portály).
- Pomocí fulltextu (využívá jej např. Google).

2.2.4 Katalog stránek

Katalog stránek je výsledkem tzv. ručního zatřídování. Jednotlivé stránky totiž prochází člověk, který je prohlíží a zařazuje do různých kategorií. Na rozdíl od fulltextu lze v katalogu nejenom vyhledávat, ale také jím procházet klikáním na jednotlivé odkazy. [1]

Nevýhodou katalogu stránek je to, že je možné do něj zařadit v podstatě jen celé „weby“, nikoli jednotlivé stránky. Nevýhoda spočívá v tom, že celkový počet položek na českém Internetu je v mnoha milionech, kdežto počet položek v katalogu je jen v řádech desítek až statisíců. [1]

Výhodou je naopak to, že člověk daleko lépe odhadne, zda daná stránka patří do dané kategorie či nikoli. Výskyt stránek, které do dané kategorie nepatří, je tedy minimální. [1]

2.2.4.1 Jak fungují katalogové vyhledávače

V katalogovém vyhledávači jsou řazeny odkazy na stránky do různých kategorií a podkategorií. Jednotlivé kategorie jsou rozděleny dle zaměření. Kategorií existuje opravdu celá řada např.: Automobily, Sport, Zpravodajství, Zdraví, Práce a mnoho dalších.

V katalogu lze vyhledávat dvěma způsoby. Prvním způsobem je listování katalogem v jednotlivých kategoriích. Druhým způsobem je pak prohledávání databáze zaregistrovaných stránek v katalogu. Některé katalogové vyhledávače obsahují i fulltextové vyhledávače a to pro případ, kdy v katalogu nelze najít hledaný dotaz. Do katalogu je možno provedením registrace přidávat stránky. Následně jsou zkontrolovány lidským editorem a teprve potom jsou stránky zařazeny do katalogu. [1]

2.2.5 Fulltext

Fulltext si lze představit jako databázi, která vzniká pomocí automatických programů. Tyto programy procházejí webové stránky jednu podruhé a ukládají je do své databáze. Stránky se prohledávají kompletně, ikdyž jsou hluboko zanořené. Z toho důvodu se používá pojem fulltext. [1]

Přestože fulltext prohledává více stránek do hloubky, tak poměrně velmi často zařazuje nevyhovující stránky. Jinými slovy zahrnuje informace, které nelze využít. [1]

Jeho výhodou však je, že dokáže najít i ty neskrytější informace, které zcela uniknou ručnímu zatřídování. Je proto vhodný k přesně kladeným a úzce specifickým dotazům. [1]

2.2.5.1 Jak fungují fulltextové vyhledávače

Technologie vyhledávání fulltextových vyhledávačů, je založena na třech částech:

- slídlil (crawler).
- indexér (indexer).
- vyhledávač (search engine). [1]

2.2.5.2 Slídíl (crawler)

Slídíl má za úkol procházet jednotlivé webové stránky a simuluje jakoby člověka, který poklepává na různé odkazy. Jednotlivé odkazy odhaluje podle zdrojového kódu stránky. Nikdy však stránku nezobrazuje, ale pouze načte její kód a z něj získá odkazy. Má svou vlastní databázi seznamů webových adres, které prochází. Tyto seznamy prochází nejčastěji jedenkrát za měsíc, aby zjistil, zda se na těchto stránkách neobjevily nové informace. [1]

Vše co „vyslídí“, pak ukládá na „mateřskou základnu“, na jednu jedinou „hromadu“, se kterou si pak poradí indexér. Ne vždy však slídíl ukládá velké soubory (MP3 soubory, videa atd.), ale pouze na ně odkazuje. Je třeba si uvědomit, že vyhledávající centrála spouští současně stovky až tisíce slídílů, přičemž každý má svůj vlastní seznam webových adres, které musí zpracovat. Jednoduše řečeno se jedná o program, který postupně otevírá jeden web po druhém. [1]

2.2.5.3 Indexér (indexer)

Indexér postupně zpracovává stránky, které nastrádal slídíl. Indexér jako takový stránky nejen uspořádává, ale také z nich vytváří index (=rejstřík). Rejstřík se vytváří z toho důvodu, aby bylo vyhledávání rychlejší. Typickým příkladem indexu je kartotéka pacientů ve zdravotnictví. Když přijde do ordinace pacient s příjmením Novák, sestra automaticky hledá v kartotéce pod písmenem „N“. [1]

Indexem je tedy uspořádaná kniha stránek. Jinými slovy pod tímto názvem si je možno představit jakýsi automaticky vytvořený katalog. Cíl indexování je jediný a to, aby poslední část – vyhledávač, nemusel znovu a pracně procházet tisíce stránek a slov. Může se také stát, že stránku, kterou indexér získá od slídila, zpracuje s časovým zpožděním, neboť indexování je výpočetně i časově náročná činnost. [1]

2.2.5.4 Vyhledávač (search engine)

Vyhledávač je program, jenž přijímá od uživatele požadavek na vyhledání informace. Je to jediný program, který pracuje v reálném čase a jeho odezva musí být co nejrychlejší, aby uživatel nečekal příliš dlouho na splnění požadavku. Pracuje tak, že vybere index s takovými stránkami, které odpovídají dotazu. Stránky pak musí seřadit podle jejich relevantnosti. [1]

Úkol seřadit stránky podle relevantnosti, znamená zobrazit stránky, které nejlépe odpovídají dotazu od uživatele. Obecně totiž vyhledávač prohledá několik tisíc až stovek tisíc indexů, přitom jen pár desítek stránek skutečně odpovídá požadavkům uživatele. Po této proceduře se pak zobrazí výsledky vyhledávání uživateli. [1]

Výše popsaný princip fungování fulltextových vyhledávačů se používá (až na pár odlišností) u všech vyhledávačů. Jednotlivé vyhledávače se liší především z hlediska technického vybavení (hardware a software) a také se rozlišují dle geografických oblastí. Vyhledávače v jednotlivých státech totiž nejčastěji prohledávají webové stránky v dané státní doméně a jen několik největších vyhledávačů prohledává v celosvětovém internetu. [1]

2.2.6 Vyhledávání

K získání požadovaných informací, je nejprve potřeba si položit 2 základní otázky:

- Kde hledat?
- Jak se tázat?

První otázka byla částečně zodpovězena v předchozích řádcích. Ne vždy však lze využít služeb fulltextového nebo katalogového vyhledávače. Je vhodné se snažit např. používat specifické vyhledávače nebo portály hodící se pro určitou oblast, které lze jednoduše vyhledat v jiných vyhledávačích. [1]

Co se týká druhé otázky, tak je třeba si uvědomit, že kladený dotaz nezpracovává člověk, ale zpracovává jej jakýsi „robot“. Nemá tak citlivé myšlení jako člověk a z tohoto důvodu je nejdůležitější vhodně zvolit klíčové slovo. Správné zvolení klíčové slova je totiž základem úspěšného vyhledávání. [1]

2.2.6.1 Jak správně zvolit klíčová slova

Dalo by se říci, že 90% úspěchu spočívá ve zvolení co nejvíce konkrétního výrazu. Jak? To je názorně ukázáno na čtyřech základních principech: [1] [2]

- Je vhodné **zúžit co nejvíce význam** a nesnažit se používat obecný název. (Př.: Zadat „Ford“ nikoli „automobil“)
- **Používat fráze nebo dokonce celé věty.** Nebát se např. zadat dotaz typu „jak zapojit LCD monitor“. Ve většině případů se totiž najde přesný výskyt tohoto výrazu a je velmi pravděpodobné, že pokud je na stránce položena otázka, tak velmi často stránka obsahuje i odpověď.
- **Uzavírat přesnou frázi do uvozovek.** Př.: Při hledání informace o tom, jak na tom byl Google v roce 2008, je vhodné zadat do vyhledávače "google v roce 2008". V tomto případě vyhledávač vyhledá přesně danou frázi a slova vždy půjdou za sebou v pořadí tak, jak je napíšete.
- **Používat více slov, i nesešavených do věty, pokud jsou pro daný dotaz charakteristická.** Př.: Při hledání informací o pěstování jahod, je vhodné zadat „jahody pěstování“ nikoli jen „jahody“.

Pro lepší porozumění další 2 konkrétní příklady:

- Je třeba si uvědomit, že fulltextový vyhledávač se nezajímá o smysl, ale o cíl. Př.: Při hledání levného ubytování v Ostravě je vhodné zadat do vyhledávače výraz „Hotel Ostrava“. Při zadání výrazu „Levné ubytování v Ostravě“ pravděpodobně vyhledávač nenajde kýžené informace a to z toho důvodu, že tento výraz obsahuje nerelevantní odkazy. Mnohem lepší je tedy zadat předchozí výraz. [1]

- Pokud je zadáváno více slov, je vhodné si uvědomit, které slovo zadat jako první. Př.: Hledání diskografie skupiny Buty. Je-li zadán výraz „Buty diskografie“, výsledkem jsou různé stránky o skupině Buty, kde se může vyskytovat i jejich diskografie. Je-li naopak zadán výraz „diskografie Buty“ výsledkem budou stránky různých kapel, ale také se zde může vyskytovat diskografie Buty. Je tedy nutno mít jasno, co je vhodnější.

Proto, aby vyhledávání bylo co nejvíce efektivní, se doporučuje tzv. rozšířené neboli pokročilé vyhledávání.

2.2.6.2 Rozšířené (pokročilé) vyhledávání

Cílem úspěšného vyhledávání je určitě informaci nejen vyhledat, ale vyhledat ji co nejrychleji – efektivně. Je tedy vhodné znát symboly, slovní fráze a další nastavení, které napomáhají dotaz zkonkretizovat podle potřeby. Vše, co bude dále zmíněno, lze využít (především) ve vyhledávači Google.

2.2.6.3 Logické operátory

Základem pokročilého vyhledávání je znalost použití logických operátorů AND, OR a NOT.

První možností je použití operátoru AND, který se používá k vyhledávání současně určité informace. Jinými slovy takové spojení, které k sobě neodmyslitelně patří. To docílíme použitím znaku „+“.[1]

Příklad: Hledání informace o večerníčku Jája a Pája. Pro efektivní vyhledání je vhodné do vyhledávače zadat „Jája +a Pája“.

Druhou možností je použití operátoru OR, který se používá k vyhledávání, kde se vyskytuje **alespoň jedno** nebo více hledaných slov. To lze docílit zadáním právě výrazu „OR“, přičemž platí, že obě písmena musí být velká, jinak nemá operátor žádný účinek. [1]

Př.: Hledání informace buď o citrónu, nebo limetce. Pro efektivní vyhledání je vhodné do vyhledávače zadat „citrón OR limetka“.

Posledním operátorem je operátor NOT. Ten se používá, k vyhledávání stránek, na kterých se dané slovo nenalézá. To lze docílit použitím znaku „-“. [1]

Př.: Hledání informace o golfu jakožto sportu, bez výskytu stránek o automobilu značky Volkswagen. Pro efektivní vyhledání je vhodné do vyhledávače zadat „golf - Volkswagen“.

2.2.6.4 Další tipy

Zde je ještě několik tipů a funkcí, které lze všeobecně využít ve všech vyhledávačích pro případ, že se stále nedaří najít požadovaná informace: [1] [2]

- **Sledovat počet výsledků hledání.**

U každého vyhledávače se zobrazuje počet výsledků, které vyhledávač vyhledal. Čím větší je toto číslo, tím hůře, neboť je nutné prokousávat mnoha stránkami, dokud nebude informace vyhledána. Proto je třeba hledaný dotaz zúžit.

- **Nepoužívat více synonym v jednom hledání.**

Vyhledávač totiž většinou zobrazí všechna tato slova současně, což není potřeba. Primárním zájmem je přeci vyhledat něco konkrétního.

- **Listovat výsledky.**

Může se stát, že se hned na první stránce neobjeví pozitivní výsledky. Doporučuje se proto prolistovat prvních pět až deset stránek.

- **U cizojazyčných pojmů používat slovníky a překladače.**

Při zadávání klíčového slova v cizím jazyku je možno použít slovníky a překladače, které jsou již dnes součástí snad každého vyhledávače. Google dokonce umí přeložit nalezené výsledky do požadovaného jazyka.

- **V dokumentech používat Ctrl + F.**

Pokud je jako výsledek zobrazen dokument s mnoha stránkami, je vhodné použít kombinaci právě těchto tlačítek místo pročítání a listování v dokumentu.

- **Nastavit si další kritéria.**

Při hledání například dokumentu, který vyšel v určitém roce, je vhodné využít vyhledávač Google. Ten umožňuje nastavit kritéria pomocí odkazu „nastavení“, který se nachází po pravé straně vyhledávacího okna.

- **Hledat na správných místech.**

Jak již bylo řečeno, je třeba si ujasnit, kde vyhledávat.

- **Zkoušet to znovu a znovu.**

Pokud se stále nedaří vyhledat kýžené informace, je dobré zachovat chladnou hlavu, snažit se zadávat nové kombinace, různé vyhledávací fráze a především **přemýšlet nad tím, co najít.**

3. Analýza současného stavu formou dotazníkového šetření

Pro začátek pár řádků o zajímavostech a faktech, které v současnosti (ale dá se předpokládat, že i v budoucnu) souvisejí s internetovými vyhledávači.

3.1 Návštěvnost českého internetu

Počet českých uživatelů, kteří mají přístup na internet, se v říjnu 2010 poprvé dostal přes hranici šest milionů. Vyplývá to z průzkumu Netmonitor společnosti Mediaresearch. Během tohoto měsíce strávili uživatelé na internetu v průměru 25 hodin, 3 minuty, během kterých si zobrazili 6,82 miliardy webových stránek. [5]

Největší návštěvnost mezi českými stránkami měl Seznam s 5,46 milionu uživateli za měsíc. Následují Novinky s 3,75 milionu a iDnes s 3,73 milionu návštěvníků. Seznam je rovněž první v denní návštěvnosti. Za den jej navštíví v průměru 2,54 milionu návštěvníků. Druhé v pořadí jsou Novinky s 1,02 milionu návštěvníků a třetí je Centrum s téměř 730 tisíci přístupy. [5]

3.2 Návštěvnost vyhledávačů v ČR

Ještě předtím, než budou uvedena přesná čísla návštěvnosti, je nutné zmínit fakt, že v současnosti neexistuje způsob měření, který by měl 100% přesnou vypovídající schopnost. V České republice patří mezi nejznámější pro měření statistik návštěvnosti služby Toplist, NetMonitor a Navrcholu.

Podle údajů statistiky Toplist se v roce 2010 stal Google poprvé jedničkou mezi vyhledávači na našem území. Jeho podíl ve vyhledávání činil v lednu 2010 téměř 51%. Seznam pak zaujímal podíl necelých 49%. V roce 2009 přitom činil podíl Google zhruba 37% a podíl Seznamu byl necelých 60%. Oproti předchozímu roku si Google tedy polepšil o téměř 14%, kdežto Seznam snížil svůj podíl o téměř 11%. [6]

Podle statistiky Toplist Google do pozice jedničky pomohl i fakt, že do podílu Google jsou od roku 2010 započteny i přístupy z ostatních webů, které využívají jeho vyhledávání tedy např. ze stránek Centrum. [6]

3.3 Návštěvnost vyhledávačů ve světě

V roce 2010 měl největší podíl návštěvnosti podle NETMARKETSHARE Google s podílem 85%. S obrovským rozdílem následují: Yahoo s 6%, Baidu s 3,3% a Bing s 3,2%. V roce 2009 byla návštěvnost Google kolem 82%, Yahoo 7%, Baidu 5,4% a Bing 2%. Při srovnání těchto 2 let lze vyčíst, že si Google polepšil o téměř 3% a Bing o 1,2%. Vyhledávači Baidu naopak klesl podíl návštěvnosti o 2,2% Yahoo o 1%. [12]

Z výše uvedených čísel (opět je třeba si připomenout, že neexistuje způsob měření, který by měl přesnou vypovídající schopnost) není pochyb o tom, že současnou jedničkou ve vyhledávacích není nikdo jiný, než Google. Navíc se dá předpokládat i mírný nárůst jeho podílu v následujících letech. Na druhou stranu se nedá předpokládat, že by se v horizontu několika let přiblížil k/ke 100% podílu, neboť především Čína dala jasně najevo, že s Googlem ve své zemi nepočítá.

3.4 Současnost internetových vyhledávačů

V současném internetovém vyhledávání existuje několik velice zajímavých služeb a funkcí, které stojí za to vyzkoušet.

Mezi dnes již často používané funkce určité patří vyhledávání obrázků. V posledních letech většina vyhledávačů pracuje i s vyhledáváním videoklipů a součástí mnoha z nich je také vyhledávání v mapách. Tyto funkce jsou již poměrně běžnou záležitostí, přesto stojí za to zmínit několik nových služeb, dnes nejpoužívanějšího vyhledávače - Google.

Google nabízí celkem propracovanou funkci přeloženého vyhledávání. Přeložené vyhledávání umožňuje uživatelům vyhledat informaci v různých jazycích, která je ihned přeložena do jazyku uživatele. To je velmi velkou výhodou, neboť se může stát, že informací v jazyku uživatele je velmi málo.

Horkou novinkou je pak hlasové vyhledávání. Hlasové vyhledávání funguje tak, že uživatel zadá hlasem dotaz, který chce vyhledat do telefonu. Dotaz je pak odeslán na vzdálený počítač, který dotaz vyhodnotí a pošle zpět uživateli na mobilní telefon výsledky vyhledávání. Hlasové vyhledávání momentálně funguje v deseti zemích světa a mohou jej zatím používat pouze majitelé telefonu s operačním systémem Android nebo majitelé telefonů Iphone. [9]

Mezi funkce, které jsou k dispozici pouze krátce, patří rovněž zobrazení náhledu stránky a zobrazení nejlepších videí ve výsledcích vyhledávání. U každé nalezené stránky, se objevuje na konci textu symbol lupy. Po kliknutí na lupu se zobrazí náhled nalezené stránky a uživatel si tak může udělat představu, na kterou stránku vstupuje. U některých výsledků vyhledávání si lze rovněž povšimnout automatického zobrazení nejlépe hodnocených videí.

Co se týká českého vyhledávače Seznam, tak za zmínku určitě stojí velmi kvalitní vyhledávání různých výrobků pomocí služby Zboží a také vyhledávání firem pomocí služby Firmy. Rovněž lze použít i vyhledávání v encyklopedii.

3.5 Budoucnost internetových vyhledávačů

Primárním cílem snad každého vyhledávače je určitě zdokonalování samotného vyhledávacího systému. Vzorem pro všechny je bezpochyby Google, který intenzivně pracuje na zdokonalování současných služeb a samozřejmě i služeb nových.

Do budoucna chce zlepšit komunikaci uživatele s vyhledávačem a plynulost přechodů mezi zdroji informací. S tím souvisí snaha zdokonalovat přeložené vyhledávání, kde se chystá zlepšit práci s obrazem i textem v jiných jazycích a odstranit překážky komunikace mezi uživatelem a systémem. [9]

Google intenzivně pracuje i na hlasovém vyhledávání. Zde se snaží zdokonalovat rozpoznávací algoritmus, který rozpoznává hlas. Cílem v této oblasti je vyvinout takový software, který by rozpoznal dialekty v jednotlivých zemích a také dětský hlas, se kterým si zatím neumí moc dobře poradit. [9]

V budoucnu bude nutné rovněž vyřešit otázku ochrany soukromých dat a osobních údajů. Pokud se tato problematika podaří vyřešit, může možná vzniknout např. propracovaná funkce na vyhledávání lidí. (je dost možné, že taková funkce již existuje, ale zatím o ní nevíme) [9]

Co se týká nových služeb, které budou internetové vyhledávače používat, nelze v podstatě nic zjistit. Nikdo totiž nechce kvůli konkurenci poskytnout jakékoli informace. Nezbyvá tedy nic jiného než si počkat, jaká překvapení se v budoucnu objeví.

3.6 Dotazníkové šetření

Analýza problematiky byla provedena pomocí dotazníku.

3.6.1 Respondenti

Cílové skupiny respondentů byly osloveny hned několika způsoby. Největší část oslovených respondentů tvořili studenti VŠB-TUO. Pomocí interní pošty bylo osloveno zhruba 5000 respondentů. Přes Střední průmyslovou školu ve Frýdku-Místku pak bylo osloveno zhruba 100 studentů. Další stovky respondentů byly osloveny prostřednictvím sociální sítě facebook a pomocí osobního blogu, který je umístěn na internetové stránce <http://www.paprok.blog.idnes.cz/>.

Samotné vyplňování dotazníku bylo realizováno prostřednictvím internetu. Dotazník byl umístěn přes firmu Vyplnto.cz, která se zabývá dotazníkovými průzkumy na internetovou stránku <http://www.vyplnto.cz/database-dotazniku/internetove-vyhledavace--jak/>.

3.6.2 Struktura dotazníku

Dotazník se skládal celkem z 25 otázek a cíloví respondenti mohli zaškrtnout vždy jen jednu z nabízených možností. (viz. Příloha č. 1)

V úvodu dotazníku byli respondenti obeznámeni s účelem, proč je vůbec tento průzkum realizován, byli obeznámeni s faktem, že výsledky budou veřejně k dispozici a předem jim bylo poděkováno za jeho vyplnění.

Prvních 5 otázek sloužilo k identifikaci respondenta. Respondenti byli tázáni na:

- Pohlaví,
- Věk,
- Vzdělání,
- Zaměstnání,
- Obor, v němž pracují.

Zbývajících 20 otázek pak se pak týkalo samotné problematiky internetového vyhledávání. Jednalo se o tyto otázky:

- Dokážete odhadnout, jak často řešíte potřebu vyhledávání informací (ať už obecných nebo odborných)?
- Jak často používáte internetové vyhledávače?
- Pokud hledáte odbornou informaci (referát, podklady pro vědeckou práci, podklady do práce), hledáte ji nejčastěji v:
- Pokud hledáte obecnou informaci, hledáte ji nejčastěji v:
- Jak dlouho vám průměrně trvá vyhledat odbornou informaci?
- Jak dlouho vám průměrně trvá vyhledat obecnou informaci?
- V kolika případech z 10 vyhledávání naleznete informaci, kterou jste hledal/a?
- Jaký druh (charakter) informací nejčastěji vyhledáváte?
- Jaký internetový vyhledávač nejčastěji používáte?
- Používáte tzv. přeložené vyhledávání?
- Používáte tzv. rozšířené (pokročilé) vyhledávání?
- Víte, jaký je rozdíl mezi fulltextovým a katalogovým vyhledávačem?
- Víte, k čemu slouží při vyhledávání znaky: “” + -
- Jak často jste se v hodinách informatiky zabývali internetovým vyhledáváním?
- Přečetl/a jste si alespoň 1 knižní publikaci zabývající se radami, jak efektivně vyhledávat na internetu?
- Přečetl/a jste si alespoň 1 internetovou stránku zabývající se radami, jak efektivně vyhledávat na internetu?
- Pokud se vám stane, že požadovanou informaci nevyhledáte, co uděláte?
- Příklad: Potřebujete najít informace o golfu jakožto sportu, ale nezajímají nás stránky o automobilu značky Volkswagen. Co byste zadali do vyhledávače?
- Příklad: Potřebujete efektivně najít informace o tom, co se vše událo ve společnosti Google roce 2008. Co byste zadali do vyhledávače?
- Myslíte, že umíte informace vyhledávat efektivně?

V závěru bylo opět respondentům poděkováno za vyplnění dotazníku, a kdo měl zájem, mohl uvést svou e-mailovou adresu, na kterou pak přišlo kompletní vyhodnocení.

3.6.3 Hypotézy

Ještě než byl dotazník vyhodnocen, byly předpokládány následující odpovědi:

- **H₁:** většina studentů VŠ ve věku od 18 do 26 let, řeší potřebu vyhledávání informací vícekrát než 1x denně a pracující lidé asi 1x denně.
- **H₂:** zhruba 90% žáků a studentů do 26 let bude používat internetové vyhledávače denně, většina ostatních lidí ve věku od 18 let vícekrát týdně.
- **H₃:** žáci a studenti do 26 let budou hledat odbornou informaci ve zhruba 70% případů v elektronické podobě a drtivá většina všech dotázaných, budou hledat obecnou informaci v elektronické podobě.
- **H₄:** většina žáků a studentů ve věku pod 18 let a pracující lidé (s výjimkou lidí, pracujících v informačních technologiích) vyhledají odbornou informaci v rozmezí 10 - 20 minut a většina studentů VŠ ve věku od 18 do 26 let vyhledá odbornou informaci v rozmezí 2-5 minut.
- **H₅:** zhruba polovina žáků a studentů do 26 let vyhledá obecnou informaci do 1 minuty a zhruba polovina pracujících (s výjimkou lidí, pracujících v informačních technologiích) v rozmezí 2-5 minut.
- **H₆:** zhruba 70% studentů VŠ ve věku od 18 do 26 let vždy najde, co hledá a zhruba 30% respondentů ve věku od 27 let vždy najde, co hledá.
- **H₇:** většina žáků a studentů ve věku pod 18 let vyhledává informace sloužící pro zábavu a většina studentů VŠ ve věku od 18 do 26 let vyhledává informace do školy/práce.
- **H₈:** většina respondentů ve věku do 26 let upřednostňuje použití vyhledávače Google a většina respondentů od 27 let upřednostňuje Seznam.

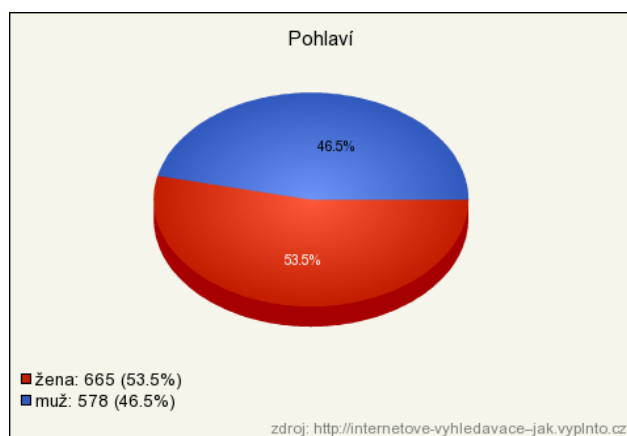
- **H₉:** většina studentů VŠ ve věku od 18 do 26 let používá tzv. přeložené vyhledávání a většina respondentů od 27 let (s výjimkou lidí, pracujících v informačních technologiích) ne.
- **H₁₀:** většina studentů VŠ ve věku od 18 do 26 let používá tzv. rozšířené (pokročilé) vyhledávání někdy (méně než v 50% případů), kdežto většina respondentů od 27 let (s výjimkou lidí, pracujících v informačních technologiích) nikdy.
- **H₁₁:** většina studentů VŠ ve věku od 18 do 26 let, ví jaký je rozdíl mezi fulltextovým a katalogovým vyhledávačem a většina respondentů od 27 let (s výjimkou lidí, pracujících v informačních technologiích) neví.
- **H₁₂:** většina studentů VŠ ve věku od 18 do 26 let ví, k čemu slouží znaky ““ + - a většina respondentů od 27 let (s výjimkou lidí, pracujících v informačních technologiích) neví.
- **H₁₃:** zhruba 5% ze všech dotázaných si přečetlo alespoň 1 knižní publikaci zabývající se radami, jak efektivně vyhledávat na internetu a zhruba 20% ze všech dotázaných si přečetlo alespoň 1 internetovou stránku zabývající se radami, jak efektivně vyhledávat na internetu.
- **H₁₄:** v **otázkách** č. 23 a č. 24 byl definován příklad, kde měl respondent vybrat správnou odpověď (jedná se o doporučenou odpověď na základě literatury) v otázce č. 23 by mělo odpovědět nebo odpoví golf -Volkswagen 50% respondentů a v otázce č. 24 by mělo odpovědět nebo odpoví "google rok 2008“ 30% respondentů.
- **H₁₅:** zhruba 25% ze všech dotázaných by mělo odpovědět nebo odpoví, že rozhodně umí informace vyhledávat efektivně a stejně tak by mělo odpovědět nebo odpoví i studenti VŠ ve věku od 18 do 26 let.

4. Vyhodnocení dotazníků a návrh doporučení

Celková doba průzkumu byla 693 hodin, což je zhruba 29 dní. Během této doby vyplnilo dotazník celkem 1243 respondentů.

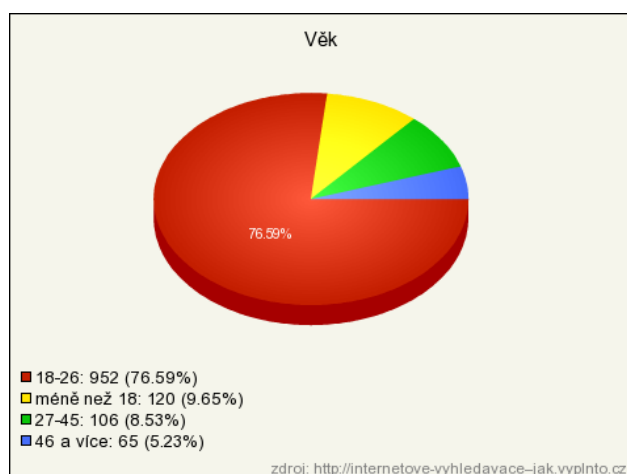
4.1 Vyhodnocení dotazníků

Otázka č. 1



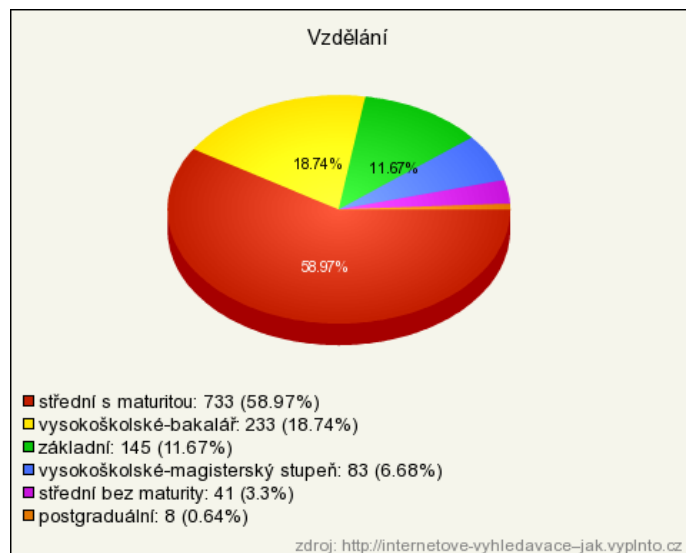
Z celkového počtu respondentů odpovědělo 665 žen (53.5%) a 578 mužů (46.5%).

Otázka č. 2



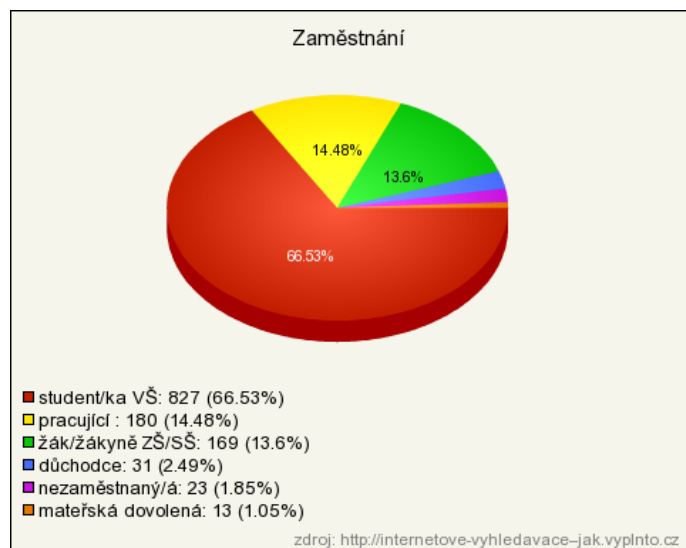
Většina respondentů byla podle předpokladu ve věku 18-26 let. Ve věkových skupinách méně než 18 let a 27-45 let vyplnilo dotazník více než 100 respondentů, což je velmi slušné číslo pro vypovídající hodnotu odpovědí. Naopak ve věku 46 let a více vyplnilo dotazník 65 respondentů, což může poněkud zkreslit vypovídající hodnotu odpovědí.

Otázka č. 3



Více než polovina (58.97%) respondentů má nejvyšší dosažené vzdělání střední s maturitou. Následuje vzdělání vysokoškolské-bakalář (18.74%), základní (11.67%), vysokoškolské-magisterský stupeň (6.68%), střední bez maturity (3.3%) a nejmenší zastoupení má vzdělání postgraduální (0.64%).

Otázka č. 4



Nejvíce dotázaných uvedlo dle předpokladu jako zaměstnání student/ka VŠ (66.53%). Druhé a třetí nejčastěji uvedené zaměstnání bylo pracující (14.48%) a žák/žákyně ZŠ/SŠ (13.6%). S dalším odstupem následovaly odpovědi: důchodce (2.49%), nezaměstnaný/á (1.85%) a mateřská dovolená (1.05%).

Otázka č. 5



Více než polovina respondentů uvedla na otázku, v jakém oboru pracujete, odpověď nepracuji (53.9%). Více než 100 respondentů pracuje v oborech ekonomika a obchod (12.31%), ostatní (8.21%) a průmysl a výroba (8.05%). Poté následovaly tyto obory: informační technologie (5.07%), vzdělávání a školství (3.46%), technika a elektrotechnika (2.82%), sport a kultura (1.45%), doprava a logistika (1.37%), zdravotnictví a sociální péče (1.29%), státní a veřejná správa (1.21%) a chemie a potravinářství (0.88%)

Otázka č. 6



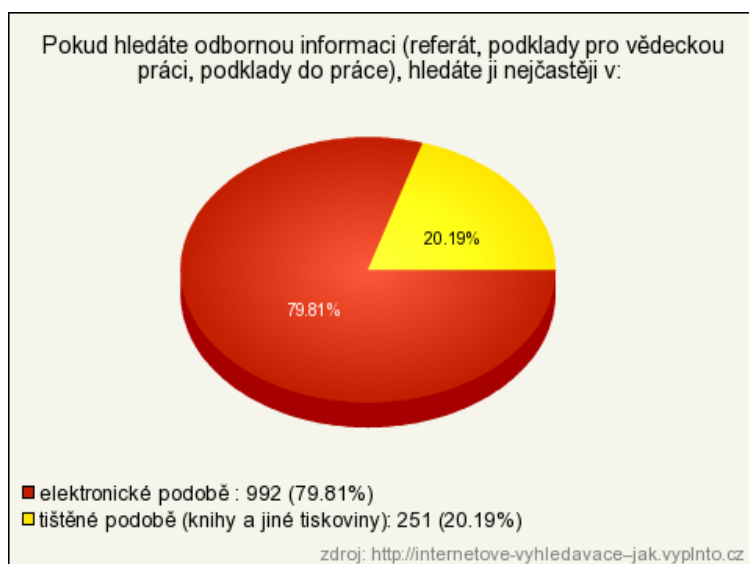
Většina respondentů - 67.9% uvedla, že řeší potřebu vyhledávat informace vícekrát než 1 denně. Potřebu vyhledávat informace asi 1x denně uvedlo 25.5% respondentů, odpověď asi 1x týdně uvedlo 5.55% respondentů a jen 1.05% respondentů uvedlo odpověď méně než 1x týdně.

Otázka č. 7



Drtivá většina respondentů - 88.09% používá internetové vyhledávače denně. Několikrát týdně je používá 9.49% respondentů, 1x za týden 1,29% respondentů, 1x za 14 dní 0.56% respondentů, 1x do měsíce 0.32% respondentů a 0.24% respondentů je používá méně často než 1x za měsíc.

Otázka č. 8



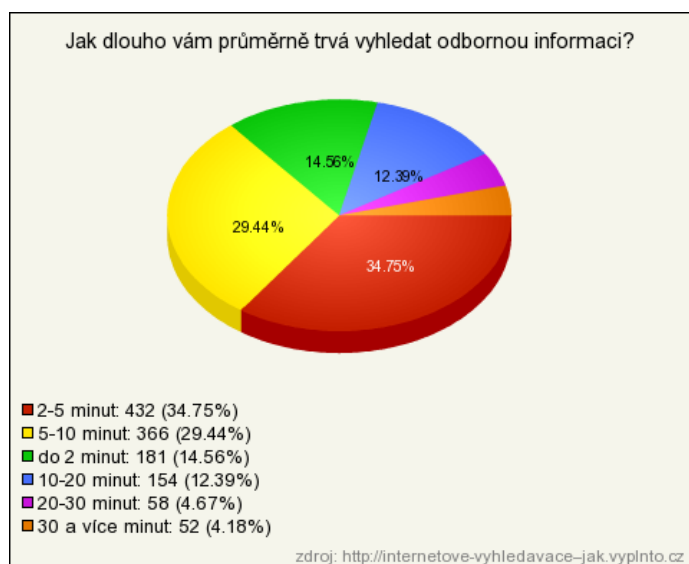
Téměř 80% dotázaných vyhledává nejčastěji odborné informace v elektronické podobě a jen zhruba 20% dotázaných v tištěné podobě.

Otázka č. 9



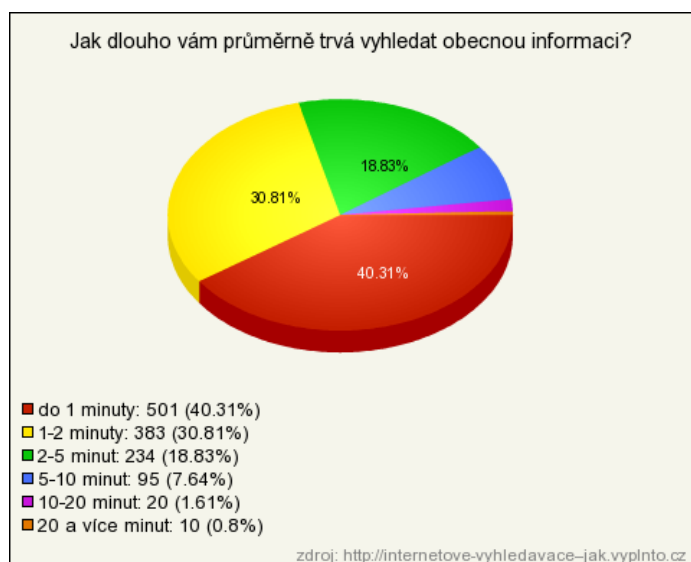
Naprostá většina dotázaných - 97.43% vyhledává nejčastěji obecné informace v elektronické podobě a pouhé 2.57% dotázaných v tištěné podobě.

Otázka č. 10



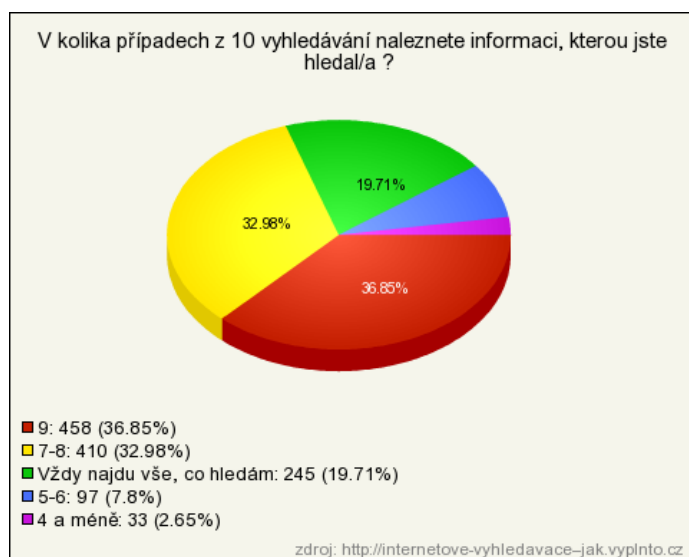
Mezi 2 nejčastější odpovědi v otázce jak dlouho trvá respondentům vyhledat odbornou informaci, patřily odpovědi 2-5 minut (34.75%) a 5-10 minut (29.44%). Více než 10% respondentů pak odpovědělo do 2 minut (14.56%) a 10-20 minut (12.39%). Méně než 5% respondentů uvedlo odpovědi 20-30 minut (4.67%) a 30 a více minut (4.18%).

Otázka č. 11



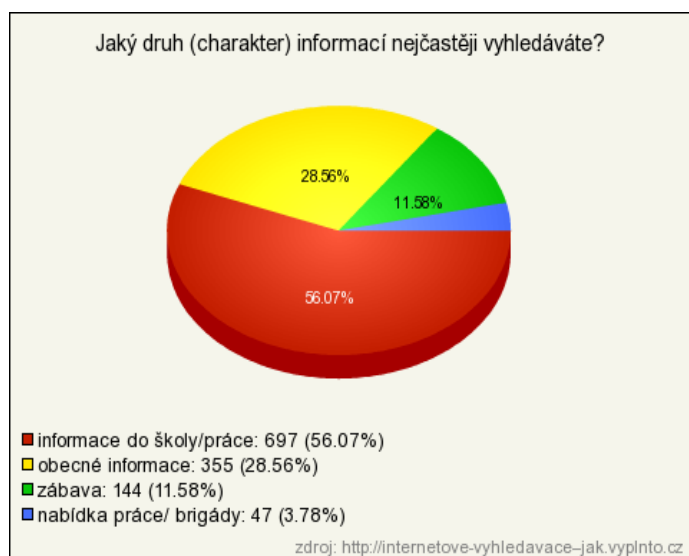
Zhruba 40% dotázaných vyhledá průměrně obecnou informaci do 1 minuty a zhruba 31% dotázaných v rozmezí 1-2 minut. Následují odpovědi 2-5 minut (18.83%), 5-10 minut (7.64%), 10-20 minut (1.61%) a více než 20 minut (0.8%).

Otázka č. 12



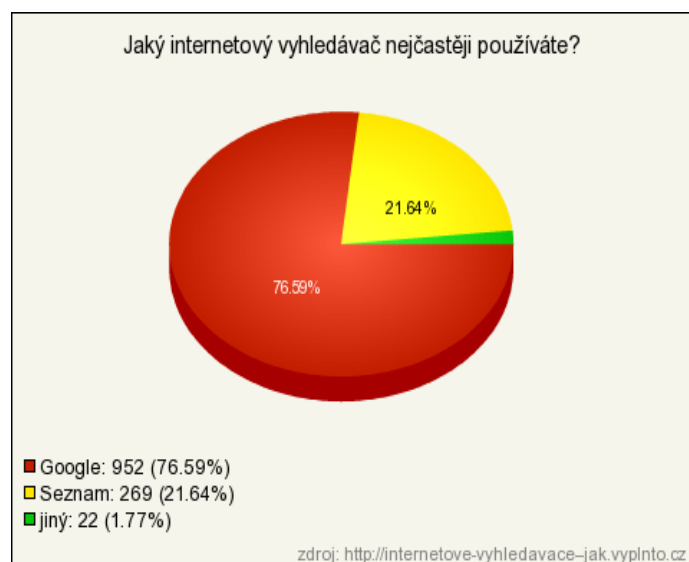
V otázce v kolika z 10 vyhledávání naleznu respondenti informaci, kterou hledali, byly 2 nejčastější odpovědi v 9 případech - 36.85% a v 7-8 případech - 32.98%. Jen 19.71% dotázaných pak najde vše, co hledalo. Zbývajících 7.8% dotázaných odpovědělo 5-6 případů a 4 a méně odpovědělo 2.65% dotázaných.

Otázka č. 13



Více než polovina dotázaných (56.07%) uvedla, že vyhledává informace do školy/práce. Zhruba třetina dotázaných (28.56%) pak uvedla, že nejčastěji vyhledává obecné informace. Odpověď zábava uvedlo 11.58% dotázaných a jen 3,78% dotázaných uvedlo odpověď nabídka práce/brigády.

Otázka č. 14



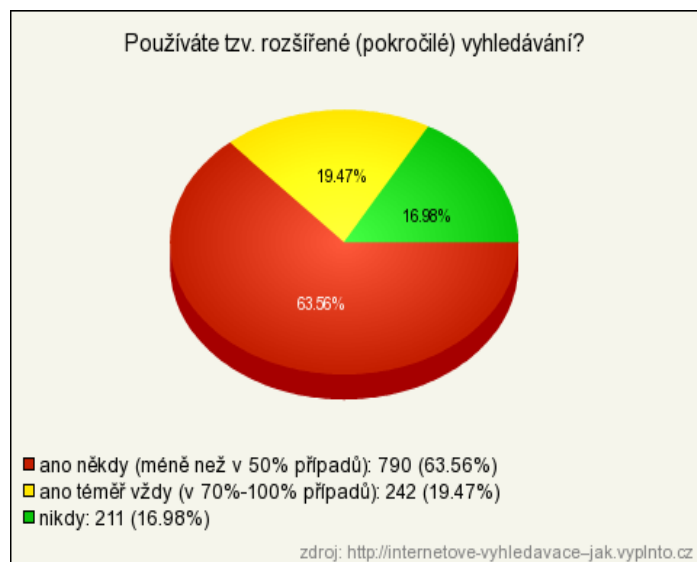
Naprostá většina respondentů – 76.59% používá vyhledávač Google. Seznam používá 21.64% respondentů a jen 1.77% respondentů uvedlo, že používá jiný vyhledávač.

Otázka č. 15



Přeložené vyhledávání používá 37.89% respondentů a 62.11% respondentů jej nepoužívá.

Otázka č. 16



Více než polovina dotázaných - 63.56% uvedla, že používá tzv. rozšířené (pokročilé) vyhledávání v méně než 50% případů. Necelá pětina dotázaných - 19.47% uvedla, že jej používá v 70% - 100% případů a zbývajících 16.98% dotázaných uvedlo, že jej nepoužívá nikdy.

Otázka č. 17



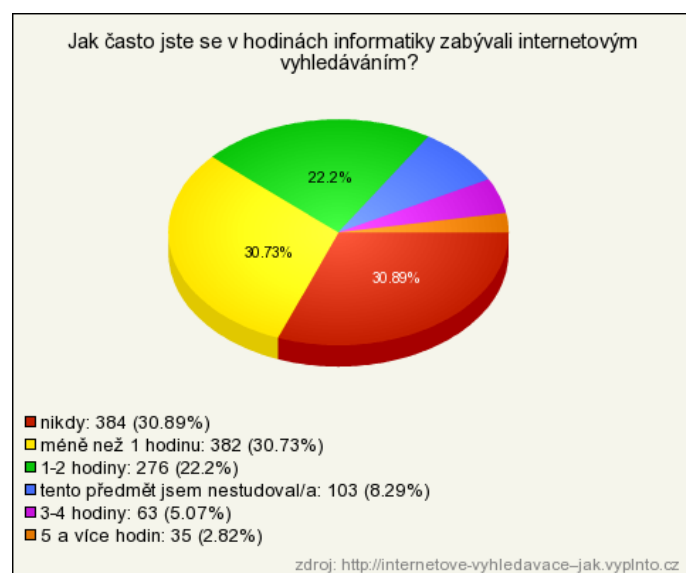
Větší polovina – 52.13% respondentů ví, jaký je rozdíl mezi fulltextovým a katalogovým vyhledávačem a 47.87% respondentů uvedlo, že neví.

Otázka č. 18



Menší polovina – 41.51% respondentů ví, k čemu slouží při vyhledávání znaky "" + - a 58,49% respondentů uvedlo, že neví.

Otázka č. 19



Mezi 2 nejčastější odpovědi patřily zhruba ve třetině případů odpovědi nikdy – 30.89% a méně než 1 hodinu – 30.73%. Odpověď 1-2h uvedlo 22.2% dotázaných. Necelá desetina dotázaných – 8.29% tento předmět nikdy nestudovalo, 5.07% dotázaných odpovědělo 3-4 hodiny a pouhých 2.82% dotázaných odpovědělo 5 a více hodin.

Otázka č. 20



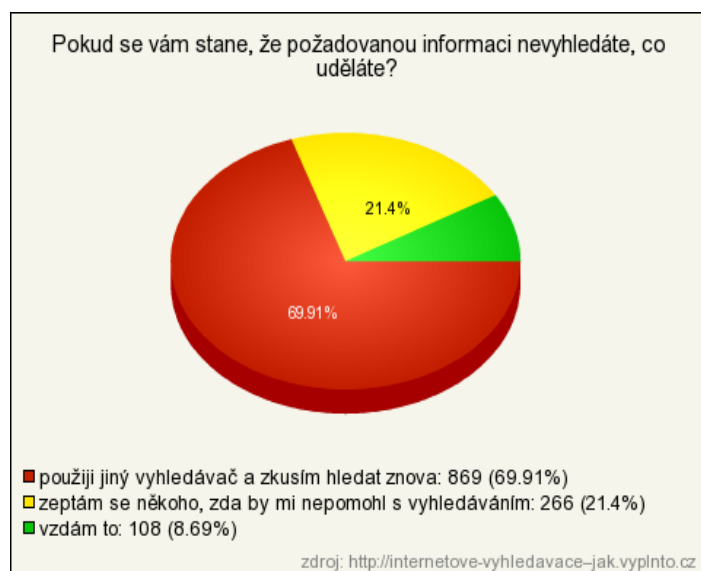
Pouhých 6.6% respondentů odpovědělo, že si přečetli alespoň 1 knižní publikaci zabývající se radami, jak efektivně vyhledávat na internetu. Drtivá většina – 94.4% odpovědělo, že nikoli.

Otázka č. 21



Jen zhruba pětina respondentů – 23.73% odpovědělo, že si přečetli alespoň 1 internetovou stránku zabývající se radami, jak efektivně vyhledávat na internetu a 76.27% odpovědělo, že nikoli.

Otázka č. 22



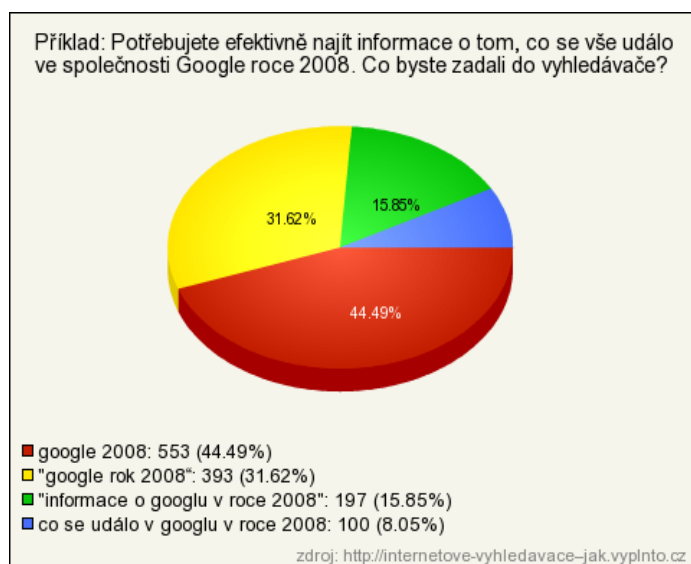
Většina respondentů – 69.91% použije jiný vyhledávač a začne hledat znova, pokud nenajde požadovanou informaci. Dalších 21.4% poprosí o pomoc někoho jiného a 8.69% respondentů to vzdá.

Otázka č. 23



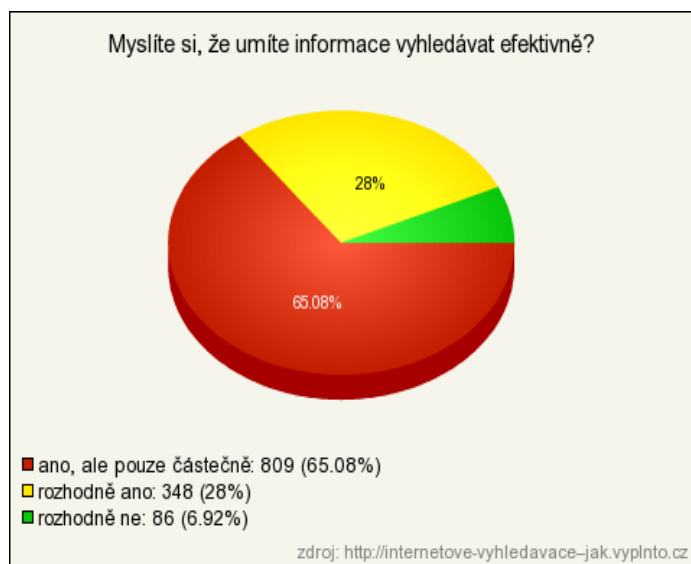
V tomto příkladu odpovědělo na správnou odpověď (jedná se o doporučenou odpověď, na základě literatury) golf -Volkswagen jen 24,05% dotázaných.

Otázka č. 24



V tomto příkladu odpovědělo na správnou odpověď (jedná se o doporučenou odpověď na základě literatury) "google rok 2008" jen 31.62% dotázaných.

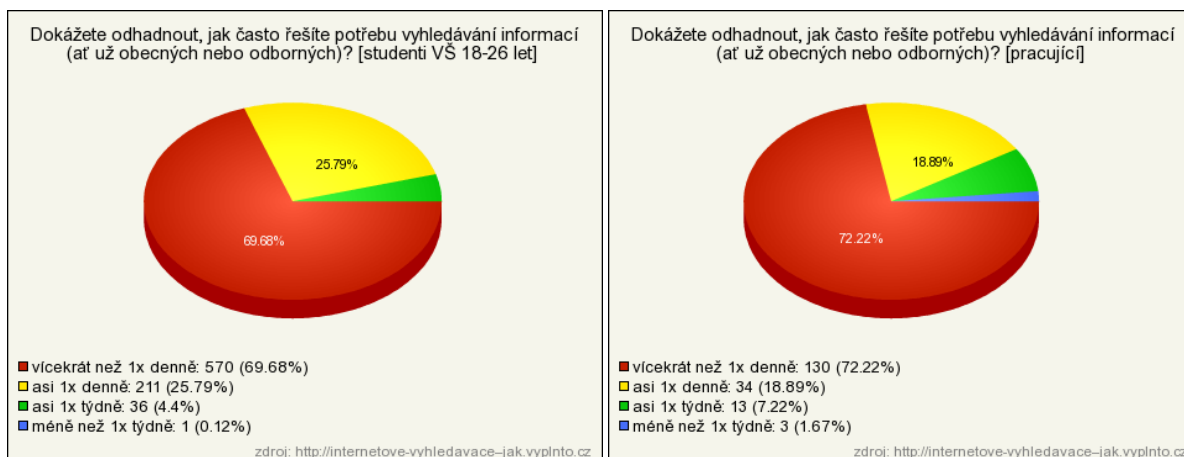
Otázka č. 25



V závěrečné otázce odpovědělo 28% respondentů, že rozhodně umí vyhledávat informace efektivně. Většina respondentů – 65.08% pak odpověděla, že umí vyhledávat informace jen částečně efektivně a poměrně nízké procento respondentů – 6.92% odpovědělo, že rozhodně neumí vyhledávat informace efektivně. (Pozn. Jedná se o subjektivní hodnocení respondentů!)

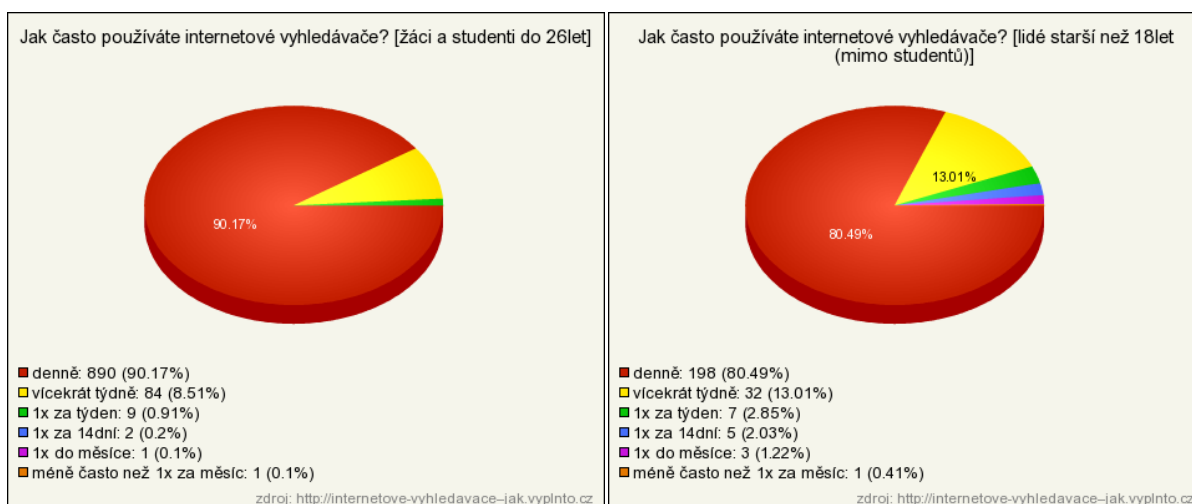
4.2 Vyhodnocení hypotéz

H₁: většina studentů ve věku od 18 do 26 let, řeší potřebu vyhledávání informací vícekrát než 1x denně a pracující lidé asi 1x denně.



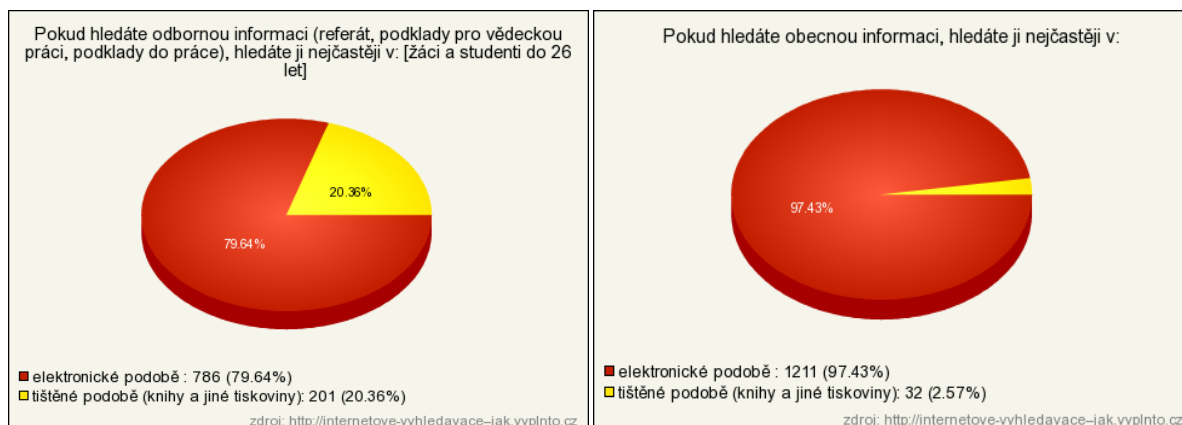
Hypotéza se potvrdila částečně. Zatímco u studentů se předpoklad naplnil, u pracujících lidí nikoli. Ti uvedli, že řeší potřebu vyhledávat informace ve většině případů vícekrát než 1x denně (72.22% případů), což je dokonce i více než u studentů VŠ (69.68% případů).

H₂: zhruba 90% žáků a studentů do 26 let bude používat internetové vyhledávače denně, většina ostatních lidí ve věku od 18 let vícekrát týdně.



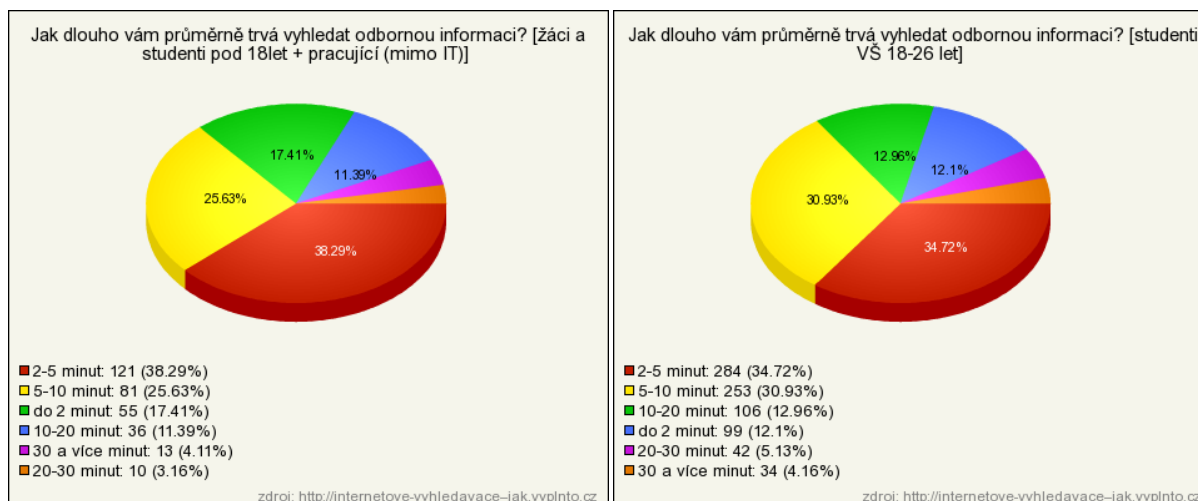
Hypotéza se potvrdila částečně. Předpoklad, že zhruba 90% žáků a studentů do 26 let bude používat internetové vyhledávače denně, se potvrdil téměř na setinu přesně. Většina ostatních lidí ve věku od 18 let, však používá rovněž vyhledávače denně a to dokonce v 80.49% případů.

H₃: žáci a studenti do 26 let budou hledat odbornou informaci ve zhruba 70% případů v elektronické podobě a drtivá většina všech dotázaných, budou hledat obecnou informaci v elektronické podobě.



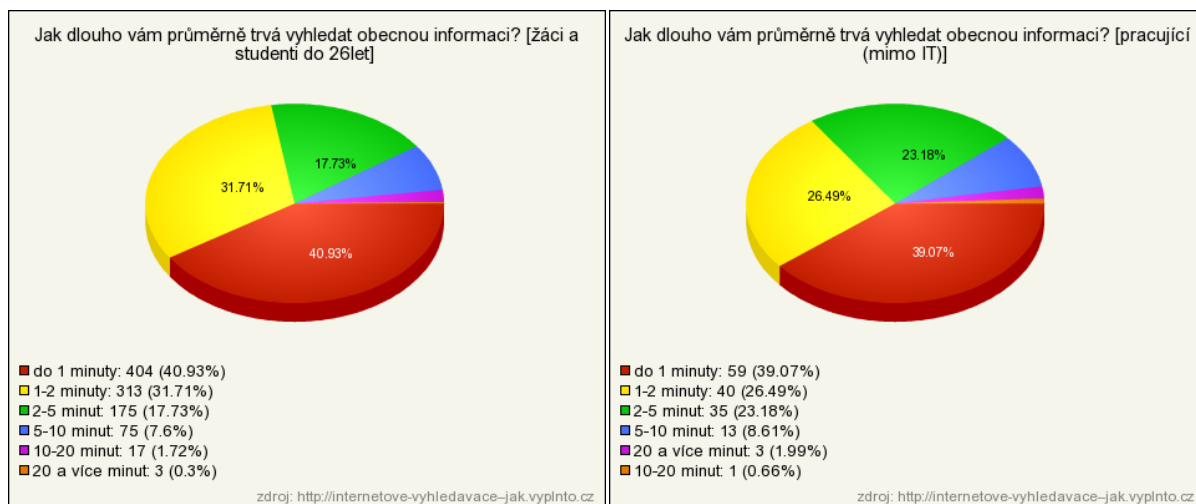
Hypotéza se víceméně potvrdila. Žáci a studenti do 26 let hledají odbornou informaci v elektronické podobě v 79.64% případů. Drtivá většina ostatních – 97.43%, hledá obecnou informaci v elektronické podobě.

H₄: většina žáků a studentů ve věku pod 18 let a pracující lidé (s výjimkou lidí, pracujících v informačních technologiích) vyhledají odbornou informaci v rozmezí 10-20 minut a většina studentů VŠ ve věku od 18 do 26 let vyhledá odbornou informaci v rozmezí 2-5 minut.



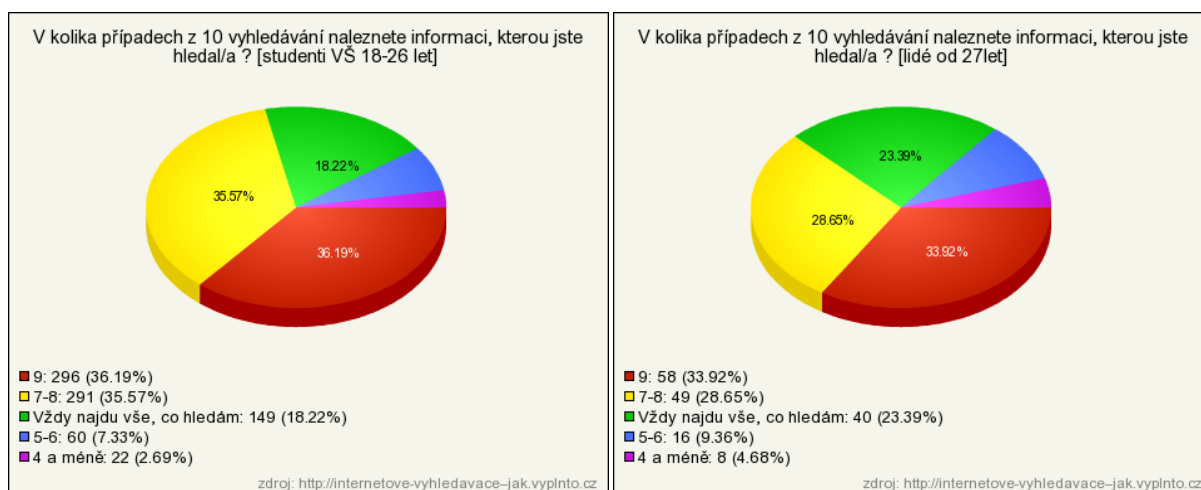
Hypotéza se příliš nepotvrdila. Žáci pod 18 let a pracující lidé uvedli, že ve 38.29% případů vyhledají odbornou informaci v rozmezí 2-5 minut. V předpokládaném rozmezí 10-20 minut ji vyhledá pouze 11.39% dotázaných. U studentů VŠ ve věku od 18 do 26 let se hypotéza částečně potvrdila. V předpokládaném rozmezí 2-5 minut, ji vyhledá 34.72% dotázaných.

H₅: zhruba polovina žáků a studentů do 26 let vyhledá obecnou informaci do 1 minuty a zhruba polovina pracujících (s výjimkou lidí, pracujících v informačních technologiích) v rozmezí 2-5 minut.



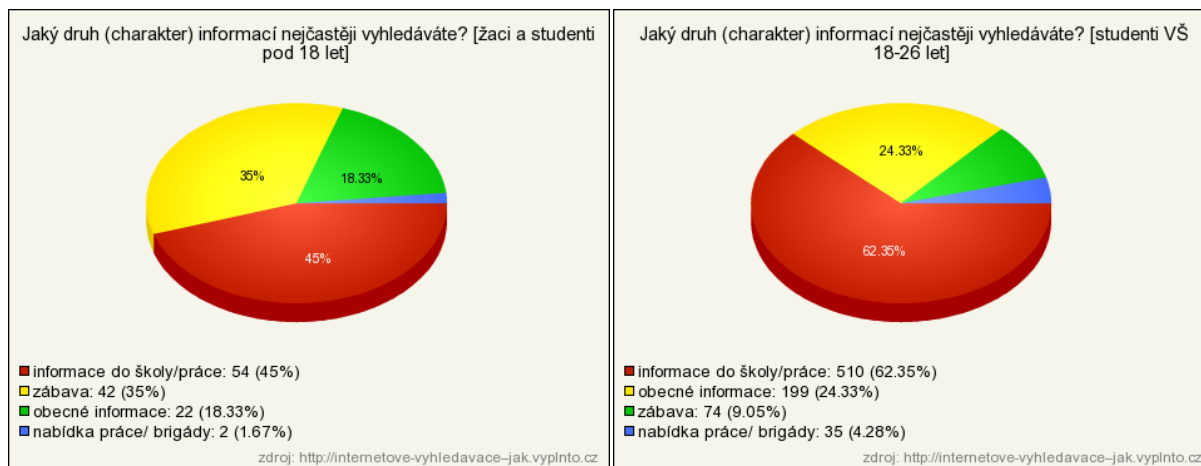
Hypotéza se potvrdila částečně. Ve 40.93% případů vyhledají žáci a studenti do 26 let obecnou informaci do 1 minuty, což se blíží k polovině, kdežto jen 23.18% pracujících od 18let (mimo IT), vyhledá obecnou informaci v předpokládaném rozmezí 2-5 minut.

H₆: zhruba 70% studentů VŠ ve věku od 18 do 26 let vždy najde, co hledá a zhruba 30% respondentů ve věku od 27 let vždy najde, co hledá.



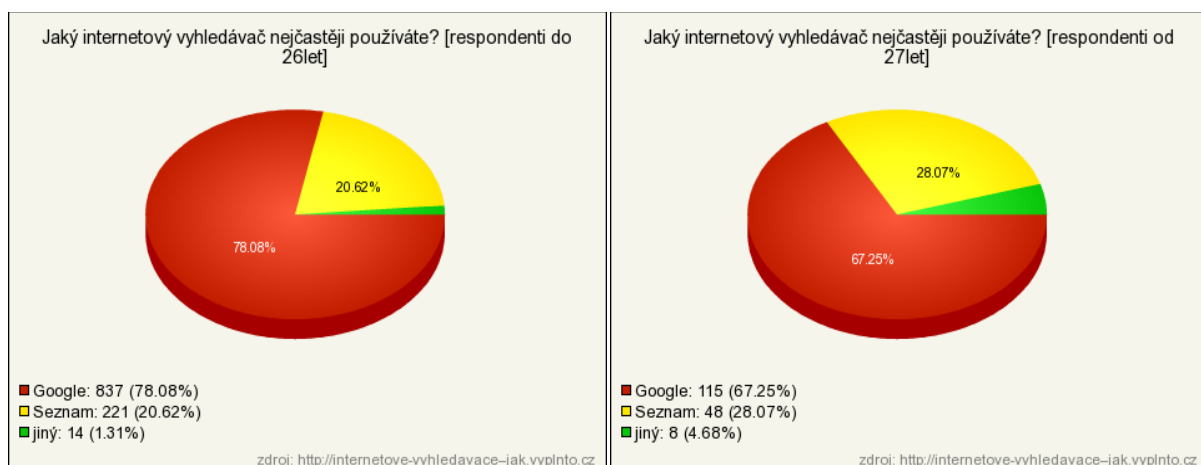
Hypotéza se potvrdila částečně. Pouze 18.22% studentů VŠ nalezne vždy vše, co hledá. U respondentů od 27 let, se pak předpoklad blíží k 30% - konkrétně 23.39% dotázaných odpovědělo, že nalezne vždy vše, co hledá.

H₇: většina žáků a studentů ve věku pod 18 let vyhledává informace sloužící pro zábavu a většina studentů VŠ ve věku od 18 do 26 let vyhledává informace do školy/práce.



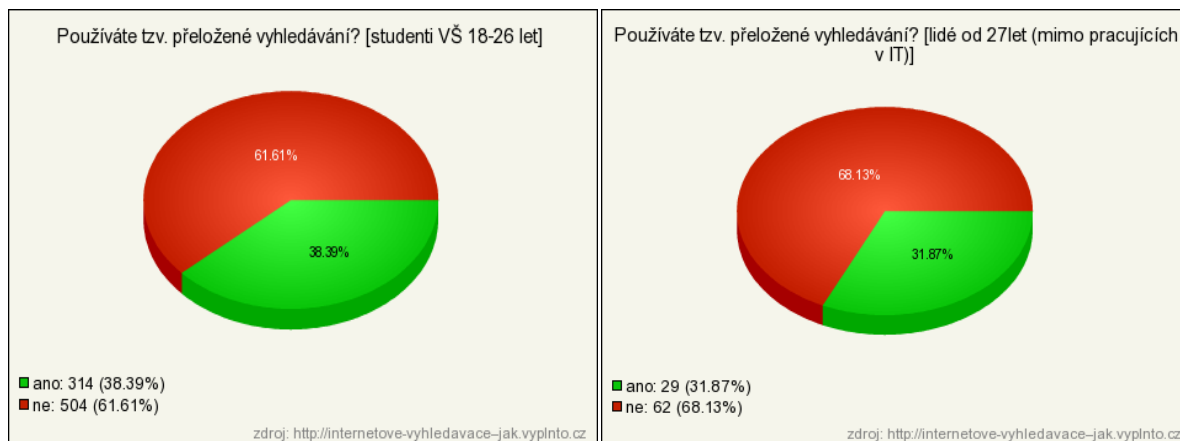
Hypotéza se potvrdila částečně. Žáci a studenti pod 18let vyhledávají informace sloužící pro zábavu v 35% případů. Většina studentů – 62.35%, pak vyhledává dle předpokladu informace do školy/práce.

H₈: většina respondentů ve věku do 26 let upřednostňuje použití vyhledávače Google a většina respondentů od 27 let upřednostňuje Seznam.



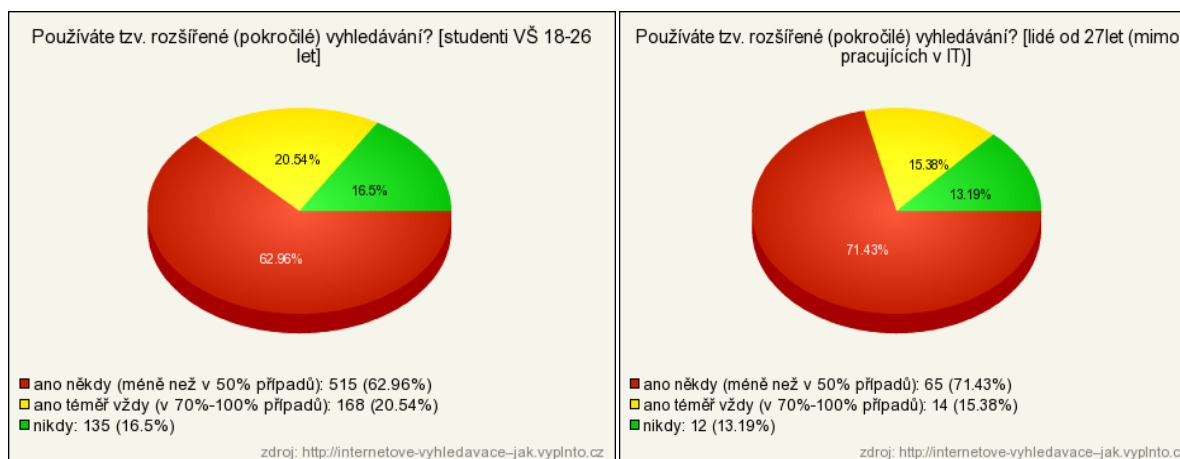
Hypotéza se potvrdila částečně. Zatímco předpoklad, že respondenti do 26 let používají více Google než Seznam se potvrdil, U respondentů od 27 let se předpoklad, že používají více Seznam, nepotvrdil.

H₉: většina studentů VŠ ve věku od 18 do 26 let používá tzv. přeložené vyhledávání a většina respondentů od 27 let (s výjimkou lidí, pracujících v informačních technologiích) ne.



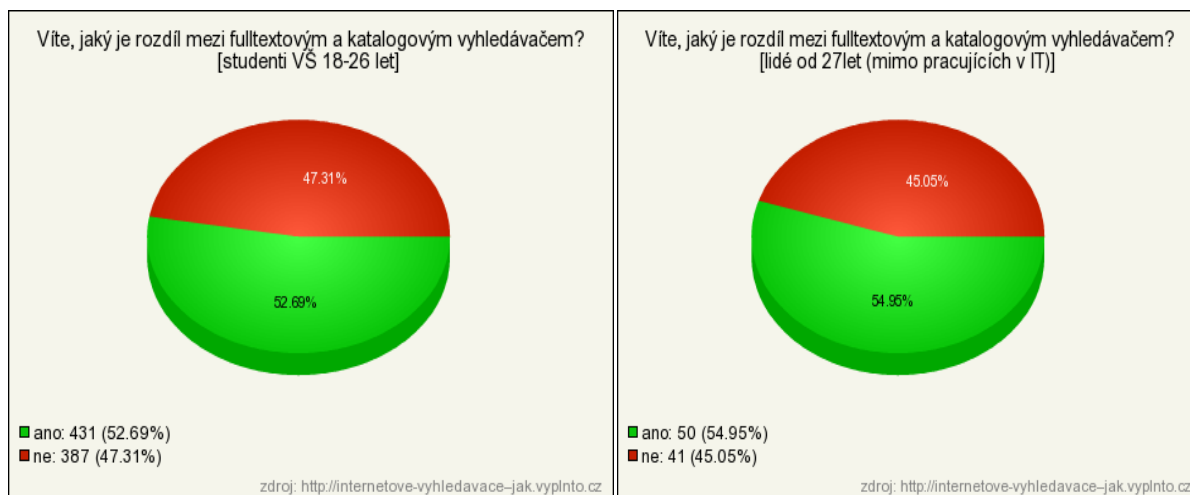
Hypotéza se potvrdila částečně. Většina studentů VŠ – 61.61% totiž uvedla, že nepoužívá tzv. přeložené vyhledávání. U respondentů od 27 let (mimo IT) se předpoklad potvrdil a většina – 68.13% uvedla, že nepoužívá tzv. přeložené vyhledávání.

H₁₀: většina studentů VŠ ve věku od 18 do 26 let používá tzv. rozšířené (pokročilé) vyhledávání někdy (méně než v 50% případů), kdežto většina respondentů od 27let (s výjimkou lidí, pracujících v informačních technologiích) nikdy.



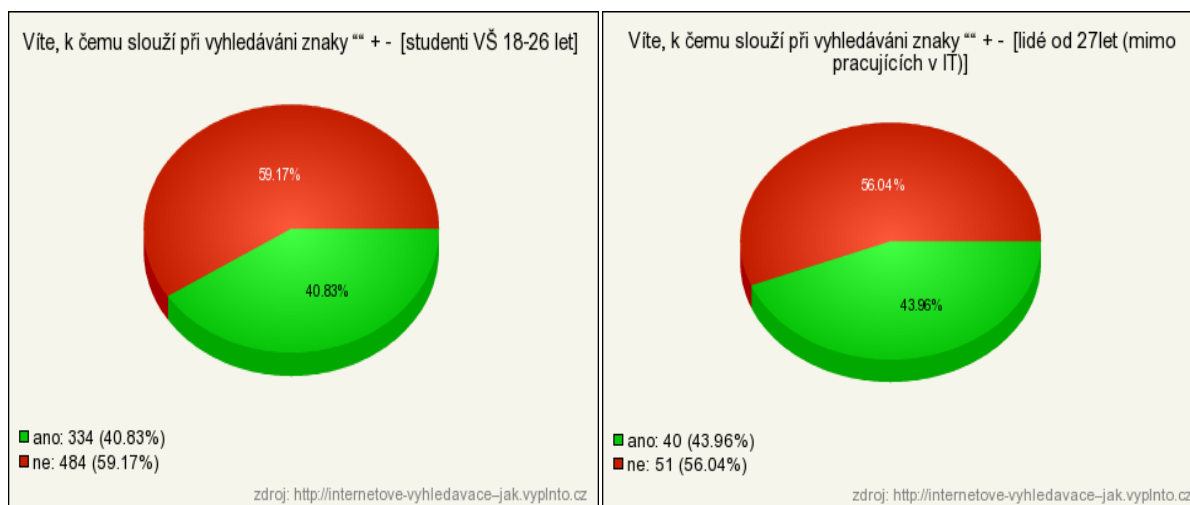
Hypotéza se potvrdila částečně. Většina studentů VŠ – 62.96% uvedla, že používá tzv. rozšířené (pokročilé) vyhledávání v méně než v 50% případů. U respondentů od 27 let (mimo IT) se předpoklad nepotvrdil, většina – 71.43% oslovených totiž uvedla, že používá tzv. rozšířené (pokročilé) vyhledávání v méně než v 50% případů.

H₁₁: většina studentů VŠ ve věku od 18 do 26 let ví, jaký je rozdíl mezi fulltextovým a katalogovým vyhledávačem a většina respondentů od 27 let (s výjimkou lidí, pracujících v informačních technologiích) neví.



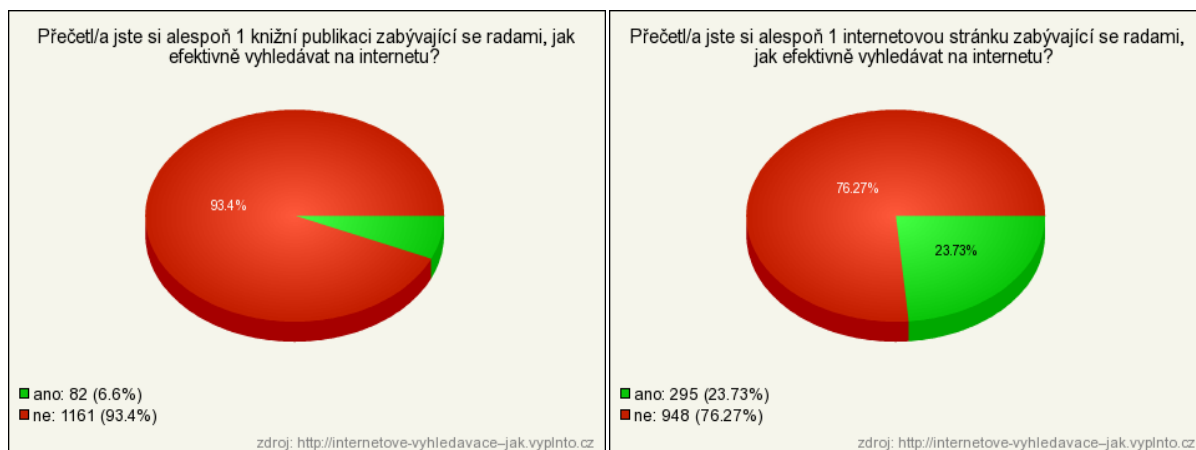
Hypotéza se téměř potvrdila. Většina studentů VŠ - 52.69% uvedla dle předpokladu, že ví, jaký je rozdíl mezi fulltextovým a katalogovým vyhledávačem. U lidí od 27 let (mimo IT) se předpoklad nepotvrdil, většina respondentů – 54.95% totiž uvedla, že ví, jaký je rozdíl mezi fulltextovým a katalogovým vyhledávačem.

H₁₂: většina studentů VŠ ve věku od 18 do 26 let, ví, k čemu slouží znaky “” + - a většina respondentů od 27let (s výjimkou lidí, pracujících v informačních technologiích) neví.



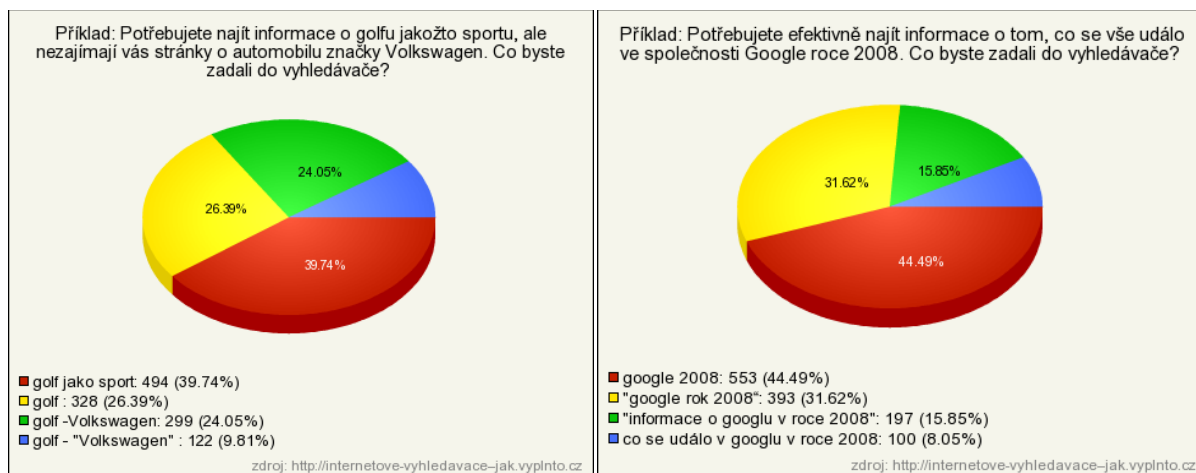
Hypotéza se potvrdila částečně. Většina studentů VŠ – 59.17% totiž uvedla, že neví, k čemu slouží znaky “” + -. U respondentů od 27 let (mimo IT) se předpoklad potvrdil, a většina – 56.04% uvedla, že neví, k čemu slouží znaky “” + -.

H₁₃: zhruba 5% ze všech dotázaných si přečetlo alespoň 1 knižní publikaci zabývající se radami, jak efektivně vyhledávat na internetu a zhruba 20% ze všech dotázaných si přečetlo alespoň 1 internetovou stránku zabývající se radami, jak efektivně vyhledávat na internetu.



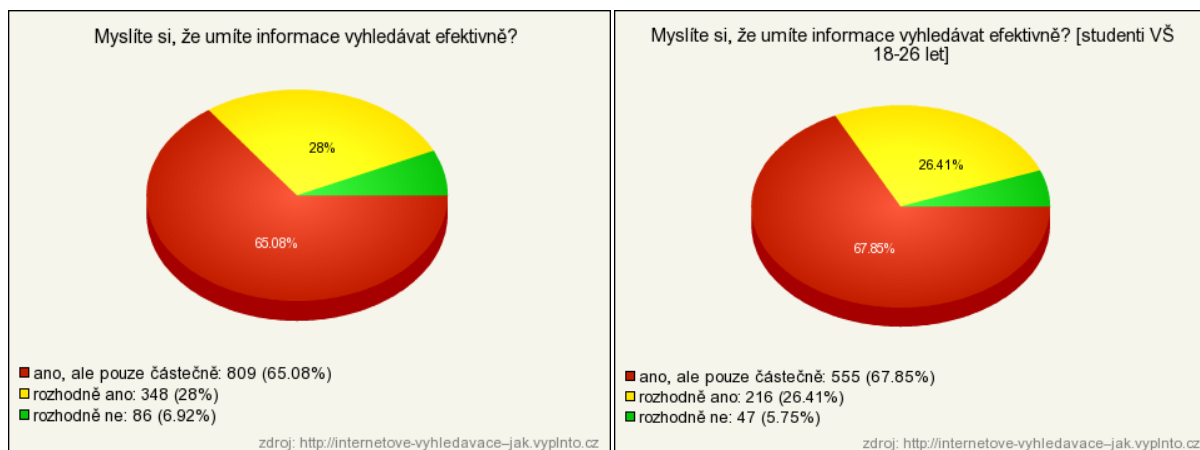
Hypotéza se potvrdila, a to téměř na procento přesně.

H₁₄: v **otázkách** č. 23 a č. 24 byl definován příklad, kde měl respondent vybrat správnou odpověď (jedná se o doporučenou odpověď na základě literatury) v otázce č. 23 by mělo odpovědět nebo odpoví golf -Volkswagen 50% respondentů a v otázce č. 24 by mělo odpovědět nebo odpoví "google rok 2008" 30% respondentů.



V tomto případě lze říci, že se hypotéza potvrdila. U otázky č. 23 sice odpovědělo „správně“ jen 26.39% dotázaných, ale vzhledem k tomu, že se jedná o obecnou informaci, lze uznat i odpověď „golf“ tudíž lze konstatovat, že se předpoklad potvrdil. U otázky č. 24 se pak předpoklad potvrdil na procento přesně.

H₁₅: zhruba 25% ze všech dotázaných by mělo odpovědět nebo odpoví, že rozhodně umí informace vyhledávat efektivně a stejně tak by mělo odpovědět nebo odpoví i studenti VŠ ve věku od 18 do 26 let



Hypotéza se víceméně potvrdila. Ze všech dotázaných 28% odpovědělo, že rozhodně umí informace vyhledávat efektivně. U studentů na tuto odpověď 26.41% dotázaných. (Pozn. Jedná se o subjektivní hodnocení respondentů!)

4.3 Zajímavé souvislosti a závislosti

Zajímavé souvislosti a závislosti u určitých otázek:

13. Jaký druh (charakter) informací nejčastěji vyhledáváte?

odpověď obecné informace:

- 3.2x větší pravděpodobnost při odpovědi mateřská dovolená na otázku 4. *Zaměstnání*
- 3.2x větší pravděpodobnost při odpovědi důchodce na otázku 4. *Zaměstnání*

17. Víte, jaký je rozdíl mezi fulltextovým a katalogovým vyhledávačem?

odpověď ano:

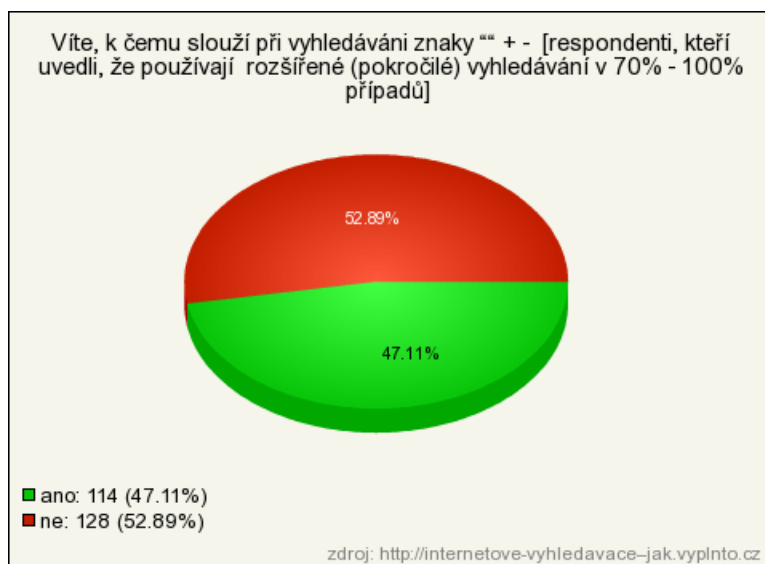
- 1.8x větší pravděpodobnost při odpovědi informační technologie na otázku 5. *V jakém oboru pracujete?*

18. Víte, k čemu slouží při vyhledávání znaky “” + -

- odpověď ne:

1.5x větší pravděpodobnost při odpovědi důchodce na otázku 4. *Zaměstnání*

Zajímavá souvislost mezi otázkou č. 16 a č. 18



Je zajímavé, že téměř polovina respondentů (52.89%), kteří uvedli, že používají rozšířené (pokročilé) vyhledávání v 70%-100% případů, odpověděla na otázku č. 18, že neví, k čemu slouží znaky “” + -. **Přitom tyto znaky jsou základní součástí rozšířeného (pokročilého) vyhledávání!** (Pozn. Důsledkem tohoto zjištění může být fakt, že jde o subjektivní hodnocení znalosti pojmů jednotlivých respondentů).

4.4 Návrh doporučení

Z vyhodnocení dotazníků vyplývá, že 28% ze všech dotázaných uvedlo, že rozhodně umí vyhledávat informace pomocí internetových vyhledávačů efektivně. Proto, aby se toto číslo v budoucnosti zvyšovalo, lze navrhnout 3 návrhy k doporučení:

1. Snažit se zapojit více vysokých škol do programu rozvoje informační gramotnosti, který organizuje vzdělávací komise IVIG

Jak už bylo dříve zmíněno, jen u 40 % ze zúčastněných vysokých škol je problematika informačního vzdělávání jejich součástí. Zapojení většího procenta škol, by určitě vedlo k lepšímu vzdělávání studentů a tím by mohlo přibýt studentů, kteří by rozhodně uměli vyhledávat informace pomocí internetových vyhledávačů efektivně.

Totéž samozřejmě i platí v případě středních škol, kde podobné vzdělávací aktivity organizuje Klub školních knihoven.

2. Věnovat více času problematice internetového vyhledávání v hodinách informatiky na středních a vysokých školách

Výsledky průzkumy ukázaly celkem zajímavá čísla v otázce č. 19, která se dotazovala respondentů, jak často se v hodinách informatiky zabývali internetovým vyhledáváním. Mezi 2 nejčastější odpovědi patřily zhruba ve třetině případů odpovědi nikdy – 30.89% a méně než 1 hodinu – 30.73%. Odpověď 1-2h uvedlo 22.2% dotázaných. Necelá desetina dotázaných – 8.29% tento předmět nikdy nestudovalo, 5.07% dotázaných odpovědělo 3-4 hodiny a pouhých 2.82% dotázaných odpovědělo 5 a více hodin.

Zvýšení počtu hodin věnovaných této problematice (ideálně na 2-3 hodiny) by bezpochyby vedlo k zlepšení schopností a dovedností studentů v oblasti internetového vyhledávání.

3. Informovat studenty o vzdělávacích programech nebo webových stránkách týkajících se problematiky internetového vyhledávání na internetu jako je např. portál Infogram (<http://www.infogram.cz/>)

Pokud se školy nebudou chtít zapojit do programu rozvoje informační gramotnosti nebo nebudou z jakéhokoliv důvodu věnovat více hodin problematice internetového vyhledávání v hodinách informatiky, nebylo by špatné informovat studenty o jiných možnostech.

Jednou z možností, je studenty upozornit např. na webovou stránku <http://www.infogram.cz/>. Infogram je internetový portál zabývající se podporou informační gramotnosti. Portál se mimo jiné zabývá i problematikou vyhledávání na internetu.

Z průzkumu navíc bylo zjištěno, že v otázce č. 21 jen 23.73% dotázaných odpovědělo, že si přečetli alespoň 1 internetovou stránku zabývající se radami, jak efektivně vyhledávat na internetu.

Pokud by se toto číslo podařilo zvýšit, mohly by se rovněž zlepšit schopnosti studentů v oblasti internetového vyhledávání.

5. Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo pomocí dotazníku zjistit, jak lidé, v různých věkových skupinách zvládají a zda vůbec dokáží, vyhledávat efektivně informace na internetu pomocí internetových vyhledávačů. Hlavní důraz byl pak brán na mladší generaci ve věku 18-26 let a to především z řad studentů vysokých škol.

Celkově bylo osloveno zhruba 5000 respondentů. Celková doba průzkumu byla 693 hodin, což je zhruba 29 dní. Během této doby vyplnilo dotazník celkem 1243 respondentů (tj. cca 24% návratnost dotazníků. Toto číslo je však pouze orientační, neboť nelze určit přesný počet skutečně oslovených respondentů), což značí velmi dobrou vypovídající hodnotu odpovědí.

Dotazník byl kompletně vyhodnocen, byly porovnány odpovědi mezi jednotlivými věkovými skupinami a rovněž byly vyhodnoceny hypotézy stanovené před začátkem průzkumu.

Z výsledku průzkumu, pak vzešlo zjištění, že 28% respondentů odpovědělo, že rozhodně umí informace vyhledávat efektivně. (Pozn. Jedná se o subjektivní hodnocení respondentů!)

Proto, aby se toto číslo v budoucnosti zvyšovalo, byla navržena 3 řešení:

1. Snažit se zapojit více vysokých škol do programu rozvoje informační gramotnosti, který organizuje vzdělávací komise IVIG.
2. Věnovat více času problematice internetového vyhledávání v hodinách informatiky na středních a vysokých školách.
3. Informovat studenty o vzdělávacích programech nebo webových stránkách týkajících se problematiky internetového vyhledávání na internetu jako je např. portál Infogram (<http://www.infogram.cz/>).

Seznam použité literatury

Tištěné zdroje:

1. HLAVENKA, J. *Mistrovství ve vyhledávání na internetu*. 2. vyd. Brno: Computer Press, 2004. 195s. ISBN 80-7226-759-0.
2. KRKOŠKOVÁ, J. *Informační zdroje*. 1. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2003 99s. ISBN 80-7042-980-1.
3. LAU, J. *Information Literacy: International Perspectives*. München: K-G-Saur, 2008. 160s. ISBN 978-3-598-22037-1.

Tištěná periodika:

4. DOMBROVSKÁ, M., LANDOVÁ, H., TICHÁ L. Informační gramotnost – teorie a praxe v ČR. *Národní knihovna – knihovnická revue*, 2004, roč. 15, č. 1, s. 7-18. ISSN 1801-3252.

Elektronické zdroje:

5. ČT24. *Počet Čechů na internetu v říjnu přesáhl 6 milionů*. [online]. 25. 11. 2010 [cit. 2011-01-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.ct24.cz/media/108248-pocet-cechu-na-internetu-v-rijnu-presahl-6-milionu/>>
6. ČTK. *Jedničkou mezi internetovými vyhledávači v Česku je poprvé Google*. [online]. 11. 1. 2011 [cit. 2011-01-15]. Dostupný z WWW: <<http://zpravy.e15.cz/byznys/technologie-a-media/jednickou-mezi-internetovymi-vyhledavaci-v-cesku-je-poprve-google>>
7. DOMBROVSKÁ, M. *Informační vzdělávání na vysokých školách v České republice – přehled, vývoj a další kroky*. [online]. 10. 2. 2011 [cit. 2011-03-13]. Dostupný z WWW: <<http://pro.inflow.cz/informacni-vzdelavani-na-vysokych-skolach-v-ceske-republice-%E2%80%93-prehled-vyvoj-dalsi-kroky>>. ISSN 1804–2406.
8. *Infogram*. [online]. [cit. 2011-03-13]. Dostupný z WWW: <<http://www.infogram.cz/about.do>>

9. *Jaká je budoucnost internetových vyhledávačů.* [online]. ČT 24 17. listopadu 2010. Milénium ČT24, 11:35 hod. Moderátor: Jiří Václavek Host: Alfred Z. Spector [cit. 2011-01-22]. Dostupný z WWW: <<http://www.ct24.cz/vysilani/2010/11/17/10159875412-210411058031022-11:35-milenium/1/>>
10. LANDOVÁ, H., CIVÍNOVÁ, Z. *Aktivity vysokoškolských knihoven v oblasti informačního vzdělávání: vývoj v letech 2006-2010 na veřejných vysokých školách v ČR.* [online]. 10. 2. 2011 [cit. 2011-03-13]. Dostupný z WWW: <<http://pro.inflow.cz/aktivita-vysokoskolskych-knihoven-v-oblasti-informacniho-vzdelavani-vyvoj-v-letech-2006-2010-na-veri>>. ISSN 1804–2406.
11. PETERKA, J. *Historie českého internetu: Seznam.* [online]. [cit. 2010-11-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.earchiv.cz/b05/b0811002.php3>>
12. *Search Engine Market Share.* [online]. 2011 [cit. 2011-01-15]. Dostupný z WWW: <<http://marketshare.hitslink.com/search-engine-market-share.aspx?qprid=4>>
13. WALL, A. *History of Search Engines: From 1945 to Google Today.* [online]. [cit. 2010-11-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.searchenginehistory.com/>>

Seznam zkratek

apod.	a podobně
chat	krátká komunikace nebo rozhovor dvou nebo více lidí prostřednictvím komunikační sítě
IALS	International Adult Literacy Survey (Mezinárodní průzkum gramotnosti dospělých)
IT	informační technologie
IVIG	Odborná komise pro informační vzdělávání a informační gramotnost na vysokých školách
např.	například
Pozn.	poznámka
př.	příklad
SIALS	Second International Adult Literacy Survey (Druhý mezinárodní průzkum gramotnosti dospělých)
SŠ	střední škola
tj.	to je
tzn.	to znamená
tzv.	tak zvaných
URL	Uniform Resource Locator („jednotný lokátor zdrojů“)
VŠB	Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava
VŠ	vysoká škola
ZŠ	základní škola

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen (a) s tím, že na mou diplomovou (bakalářskou) práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- беру на ве́домі́, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 11.5 2011

.....

Matěj Papřok

Adresa trvalého pobytu studenta:

Nošovice 212

739 51 Nošovice

Příloha č. 1 Dotazník

1. Pohlaví

- žena
- muž

2. Věk

- méně než 18
- 18-26
- 27-45
- 46 a více

3. Vzdělání

- základní
- střední bez maturity
- střední s maturitou
- vysokoškolské-bakalář
- vysokoškolské -magisterský stupeň
- postgraduální

4. Z V jakém oboru pracujete?

- žák/žákyně ZŠ/SŠ
- student/ka VŠ
- pracující
- nezaměstnaný/á
- mateřská dovolená
- důchodce

5. V jakém oboru pracujete?

- ekonomika a obchod
- průmysl a výroba
- technika a elektrotechnika
- informační technologie
- vzdělávání a školství
- sport a kultura
- zdravotnictví a sociální péče
- doprava a logistika
- chemie a potravinářství
- státní a veřejná správa
- ostatní
- nepracuji

6. Dokážete odhadnout, jak často řešíte potřebu vyhledávání informací (ať už obecných nebo odborných)?

- vícekrát než 1x denně
- asi 1x denně
- asi 1x týdně
- méně než 1x týdně

7. Jak často používáte internetové vyhledávače?

- denně
- vícekrát týdně
- 1x za týden
- 1x za 14dní
- 1x do měsíce
- méně často než 1x za měsíc

8. Pokud hledáte odbornou informaci (referát, podklady pro vědeckou práci, podklady do práce), hledáte ji nejčastěji v:

- tištěné podobě (knihy a jiné tiskoviny)
- elektronické podobě

9. Pokud hledáte obecnou informaci, hledáte ji nejčastěji v:

- tištěné podobě (knihy a jiné tiskoviny)
- elektronické podobě

10. Jak dlouho vám průměrně trvá vyhledat odbornou informaci?

- do 2 minut
- 2-5 minut
- 5-10 minut
- 10-20minut
- 20-30minut
- 30 a více minut

11. Jak dlouho vám průměrně trvá vyhledat obecnou informaci?

- do 1 minuty
- 1-2 minuty
- 2-5 minut
- 5-10 minut
- 10-20minut
- 20 a více minut

12. V kolika případech z 10 vyhledávání naleznete informaci, kterou jste hledal/a ?

- Vždy najdu vše, co hledám
- 9
- 7-8
- 5-6
- 4 a méně

13. Jaký druh (charakter) informací nejčastěji vyhledáváte?

- informace do školy/práce
- nabídka práce/ brigády
- zábava
- obecné informace

14. Jaký internetový vyhledávač nejčastěji používáte?

- Seznam
- Google
- jiný

15. Používáte tzv. přeložené vyhledávání?

- ano
- ne

16. Používáte tzv. rozšířené (pokročilé) vyhledávání?

- ano téměř vždy (v 70% - 100% případů)
- ano někdy (méně než v 50% případů)
- nikdy

17. Víte, jaký je rozdíl mezi fulltextovým a katalogovým vyhledávačem?

- ano
- ne

18. Víte, k čemu slouží při vyhledávání znaky: ““ + -

- ano
- ne

19. Jak často jste se v hodinách informatiky zabývali internetovým vyhledáváním?

- nikdy
- méně než 1 hodinu
- 1-2 hodiny
- 3-4 hodiny
- 5 a více hodin
- tento předmět jsem nestudoval/a

20. Přečetl/a jste si alespoň 1 knižní publikaci zabývající se radami, jak efektivně vyhledávat na internetu?

- ano
- ne

21. Přečetl/a jste si alespoň 1 internetovou stránku zabývající se radami, jak efektivně vyhledávat na internetu?

- ano
- ne

22. Pokud se vám stane, že požadovanou informaci nevyhledáte, co uděláte?

- použiji jiný vyhledávač a zkusím hledat znova
- zeptám se někoho, zda by mi nepomohl s vyhledáváním
- vzdám to

23. Příklad: Potřebujete najít informace o golfu jakožto sportu, ale nezajímají nás stránky o automobilu značky Volkswagen. Co byste zadali do vyhledávače?

- golf
- golf jako sport
- golf -Volkswagen
- golf - "Volkswagen"

24. Příklad: Potřebujete efektivně najít informace o tom, co se vše událo ve společnosti Google roce 2008. Co byste zadali do vyhledávače?

- co se událo v googlu v roce 2008
- "google rok 2008"
- google 2008
- "informace o googlu v roce 2008"

25. Myslíte, že umíte informace vyhledávat efektivně?

- rozhodně ano
- ano, ale pouze částečně
- rozhodně ne